

CENTRO GUMILLA

# comunicación

Estudios venezolanos de comunicación • Cuarto trimestre 2001 • N° 116



# HACERESTADO

**Director**

Andrés Cañizález

**Consejo de Redacción**

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Andrés Cañizález

Gustavo Hernández

Juan Manuel Matos

Elsa Pilato

Carlos Guzmán

Agrivalca Canelón

Narsa Silva

Carlos Correa

Marcelino Bisbal

**Asistente Consejo**

Elsa Pilato

**Asesor gráfico**

Víctor Hugo Irazábal

**Producción editorial**

Impregraf C.A.

Teléfono: 762.8170

**Impresión**

Ex Libris

**Suscripción**

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 21.000,00

Número suelto: Bs. 6.000,00

*Exterior*

Correo ordinario: US\$ 40,00

Correo aéreo América: US\$ 45,00

Otros países (aéreo): US\$ 55,00

**Envíe su pago a:**

Centro Gumilla.

Edificio Centro Valores,

local 2, esquina de la Luneta,

Altagracia, Apartado 4838

Caracas 1010-A-Venezuela

Teléfonos: 564.9803 - 564.5871

Fax: 564.7557

**Redacción Comunicación:**

comunicacion@gumilla.org.ve

**Redacción SIC:**

sic@gumilla.org.ve

**Unidad de Documentación:**

documentacion@gumilla.org.ve

**Administración:**

administracion@gumilla.org.ve

**Depósito Legal**

pp 197502 DF851

ISSN: 0251-3153

COMUNICACION no comparte necesariamente las opiniones vertidas en los artículos firmados, que expresan, como es obvio, la opinión de sus autores.

Los textos publicados en la sección de Estudios de la Revista son arbitrados

**Visite nuestra página en la Web:**

<http://www.gumilla.org.ve>

Esta publicación ha sido patrocinada por

**cantv**



# comunicación

Nº116

Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

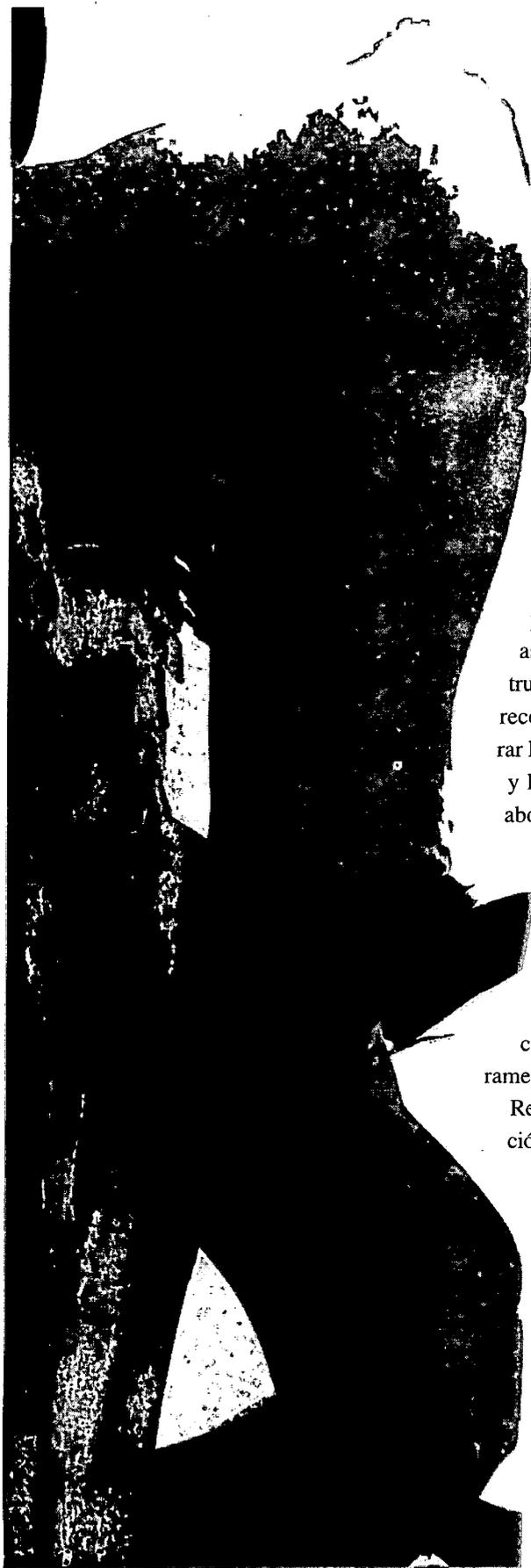
|                     |  |           |
|---------------------|--|-----------|
| <b>Presentación</b> |  | <b>2</b>  |
| <b>Entrada</b>      | <b>Otro mundo es posible</b>   | <b>4</b>  |
|                     | ■ José Ignacio Rey   |           |
|                     | <b>Políticas, cultura y comunicación ¿una relación actual y necesaria?</b> | <b>10</b> |
|                     | ■ Marcelino Bisbal   |           |
|                     | <b>Venezuela: Política, Estado y Comunicación</b>                          | <b>16</b> |
|                     | ■ Equipo de Comunicación   |           |
|                     | <b>La cultura como servicio municipal</b>                                  | <b>24</b> |
|                     | ■ Moraima Guanipa  |           |
|                     | <b>Resistencia a la información</b>  | <b>30</b> |
|                     | ■ Humberto Jaimes  |           |
|                     | <b>Apuntes sobre el Discurso Oficial: ¿Fonofilia o Letrofobia?</b>         | <b>36</b> |
|                     | ■ Luis Barrera Linares   |           |
| <b>Estudios</b>     | <b>El mecenazgo y la cultura</b>   | <b>42</b> |
|                     | ■ Carlos E. Guzmán Cárdenas  |           |
|                     | <b>Acceso, libertad y debate en el derecho a la comunicación</b>           | <b>50</b> |
|                     | ■ Carlos Correa  |           |
|                     | <b>México: El impacto del TLC sobre la cultura y los medios</b>            | <b>62</b> |
|                     | ■ Javier Esteinou Madrid   |           |
| <b>Hablemos</b>     | <b>Manuel Espinoza: Cultura para construir revolución</b>                  | <b>74</b> |
|                     | ■ Andrés Cañizález, Marcelino Bisbal, Carlos Correa                        |           |
| <b>Reseña</b>       |  | <b>79</b> |
| <b>Perfiles</b>     |  | <b>82</b> |
| <b>Dossier</b>      | <b>Terrorismo, Guerra y Medios</b>   | <b>86</b> |
| <b>Documentos</b>   | <b>Una alternativa del partido socialista para la reforma de RTVE</b>      | <b>91</b> |

# Presentación

**L**as relaciones entre el Estado y los medios de comunicación social están atravesadas por la configuración de estructuras de poder informativo, la estructura simbólica de las sociedades, el ocio y la cultura. En un escenario marcado por el mercado de los servicios, productos e ideas, existe un debilitamiento de las acciones de los Estados para regular a los medios y sus propios contenidos, en parte por una voluntad disminuida y también por la presión de los hechos cumplidos. Una imposición que proviene desde las esferas de la economía de la cultura, que a su vez está interrelacionada con el consumo, mercadeo y producción de bienes y servicios. En el caso venezolano es evidente un debilitamiento de la eficacia del Estado para atender siquiera los mínimos que le reservan los modelos neoliberales más ortodoxos.

Las políticas públicas requieren de un proceso de modernización que permita superar la instrumentalización política de corto plazo para anclarse en la posibilidad de una renovación cultural que reivindique las elaboraciones subjetivas por parte de los ciudadanos. Reconocer a todos, las posibilidades de interlocución simbólica tiene repercusiones en el modelo de sociedad que aspiramos y el tipo de ciudadano necesario, y ello sin duda pasa por procesos de legitimidad construida sobre la participación de los públicos. La legitimidad se construye, en buena medida, cuando los públicos pueden observar representaciones que guardan consonancia con las identidades o intereses propios. De allí que urge la elaboración de políticas públicas que permitan el acceso a los bienes culturales, la democratización de las posibilidades de participación en la producción cultural y estrategias de control o seguimiento, mediante observatorios ciudadanos para los medios, en manos de la sociedad civil.

Venezuela, atraviesa por un momento de renovación legislativa para adecuar las leyes y reglamentos a los nuevos preceptos constitucionales establecidos en 1999. El debate está influido por las amonestaciones públicas recurrentes del presidente de la República a los medios de comunicación, además de las no pocas iniciativas judiciales para incidir, sancionar o limitar la cobertura de los medios (amparos, sentencia 1.013 del Tribunal Supremo de Justicia) en determinados temas. Adicionalmente, cobra fuerza la articulación entre las políticas culturales y los medios masivos, reconociendo la importancia de estos en la construcción de los consumos y las identidades sociales. Un escenario de debate con escasos resquicios para el dialogo ciudadano.



El consejo editorial de la Revista Comunicación aspira a ser interlocutor en este diálogo en el que se deberían entrecruzar académicos, parlamentarios y operadores gubernamentales para aportar datos, perspectivas y proposiciones. La sociedad venezolana debe prepararse para asumir el desafío de una comunicación social que entronque en la construcción de una ética social que permita el desarrollo ciudadano a plenitud, reconociendo relaciones transdisciplinarias. Las iniciativas tienen que superar la fragmentación de las políticas públicas en el campo de la comunicación y la cultura. Este número ofrece espacio para el estudio de esta relación y aborda el tema desde diversas aproximaciones.

Las interrogantes abordadas son diversas, entre otras señalamos las siguientes: ¿Cuál es el rol del Estado para reivindicar una cultura ciudadana que considere los nuevos escenarios de los imaginarios e identidades colectivas?. ¿Cuál es el papel de las empresas privadas en el mecenazgo cultural?. ¿Los servicios públicos de radiotelevisión y la posibilidad de incidir en la libre competencia por los consumos culturales?. ¿Cuáles son los alcances de las regulaciones del sistema interamericano de derechos humanos en el campo del derecho a la comunicación? Recogemos un mosaico con aportes de los miembros del equipo Comunicación para la construcción de políticas públicas. Marcelino Bisbal apunta algunas ideas en torno a la relación entre comunicación y consumo cultural. Mientras que Moraima Guanipa estudia la importancia de la elaboración de políticas municipales en el ámbito de la cultura. Carlos Guzmán nos ofrece un estudio del mecenazgo cultural en Venezuela, y Carlos Correa realiza un estudio del Derecho de la Comunicación desde la perspectiva del sistema interamericano. En la sección documentos ofrecemos uno elaborado por el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) a propósito de la Radiotelevisión de Servicio Público en España, que contiene aportes sustantivos para una construcción de los valores inherentes a los medios de comunicación del Estado. En la sección Hablemos, realizamos una amplia conversación con el Viceministro de Cultura, Manuel Espinoza, con quien conversamos acerca de los planes, proyectos y perspectiva de las políticas culturales en el actual gobierno. ■

*Política nacional  
de comunicaciones  
y reconstrucción  
de "tejidos sociales"*

# Otro mundo es posible

**E**n tiempos de "globalización" y a primera vista, puede parecer anacrónico o desfasado el mero planteamiento del papel del Estado, en general y, concretamente, en relación a las comunicaciones. El anacronismo podría parecer mayor si se toma en cuenta que, junto a otros factores, es precisamente una comunicación ya des-regularizada y sin fronteras la que supuestamente está en la génesis del nuevo fenómeno. Fenómeno que -al menos según el discurso dominante- caracteriza ya a nuestro tiempo.

## REPARTO GLOBAL

No entraré aquí en el debate acerca de la globalización misma, fenómeno más que ambiguo y que, hasta ahora, responde básicamente a un proyecto de expansión capitalista y de nueva colonización del planeta, concebido y gerenciado por los países más ricos de la tierra e instrumentado principalmente por el Banco Mundial (BM) y por el FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI). Como "Reparto Global" lo denunciaba, ya en 1994, el número 85 de nuestra revista *Comunicación*. Proyecto, por cierto, nada original en sus pretensiones últimas, ya que la inercia expansiva, acaparadora y reductora es bien antigua en la historia de la humanidad. Su originalidad es evidente en lo formal, ya que, sobre la base de una economía predominantemente financiera y "virtual", el fenómeno está ligado al dominio de tecnologías informáticas y a la concentración de poder mediático.

Esta "globalización" está ciertamente proyectada. Ahora bien, la misma, hoy por hoy, no pasa de ser un escenario posible y, en mi opinión y a juzgar por algunos primeros síntomas funestos derivados del intento de su aplicación, un escenario bien poco probable.

Esa "globalización", sobre todo y en todo caso, es un "concepto fetiche" con el que -tratando de impedir la posibilidad de cualquier cuestionamiento- se pretende imponer el dogma de la necesidad e irreversibilidad del proceso. A propósito de "concepto fetiche", conviene recordar que las palabras sólo tienen valor mágico en el mundo de la irracionalidad y que, desde luego, no cualquier "lógica" alcanza el mérito de lo racional. Nueva ideología de quienes, desde hace aproximadamente una década, vienen proclamando el "fin de las ideologías".

## CAOS INDUCIDO Y DE-CONSTRUCCIÓN DE LO SOCIAL

Sin entrar a fondo ahora, como queda dicho, en ese debate necesario, quiero centrar mi atención en un solo punto, que me parece de la mayor trascendencia. Vivimos tiempos de anomia y de incertidumbre, en gran medida provocadas. El caos inducido que padecemos favorece a ciertos intereses dominantes, los que medran precisamente allí y cuando la des-regulación es mayor. Vía franca para el atropello. En el sentido de lo anterior y en concreto, ha sido abrumador en las últimas décadas el discurso orientado a desacreditar cualquier empeño político y a considerar innece-

*Bien alejado el autor de posiciones estatistas y profundamente comprometido con la defensa de libertades logradas y a la conquista de nuevos espacios de libertad para todos y precisamente por ello, las reflexiones siguientes están orientadas a reivindicar el papel insustituible de los respectivos Estados nacionales, en un mundo ciertamente cada vez más interconectado. No está de más advertir que estas reflexiones se hacen desde la óptica preferente de los países del Sur y con una atención, preferente también, a la problemática de las comunicaciones*

□ José Ignacio Rey



sario o irrelevante el papel del Estado. En paralelo, se ha venido exaltando también, como valor supremo, un individualismo groseramente mercantilista y privatizador que desprecia cualquier relación humana que no sea estrictamente competitiva.

Esa "cultura del negocio y del consumo" cercena de hecho o reduce al mínimo las posibilidades de lo humano. Y sólo en base a esos mínimos puede llegar a hablarse de una cierta, precaria, homogeneidad. Además y en la línea de un liberalismo mentiroso, interesado en ignorar u ocultar desigualdades fácticas, vuelve a ser recurrente el discurso de la igualdad de libertades formales e, incluso, aquel otro que proclama la universalidad de los derechos humanos. Vieja cantinela que, en boca de neo-colonizadores, sólo puede engañar a incautos. Cinismo a toda prueba, cuando la única gran ley respetada es la de la selva. Pesimismo atroz acerca de la condición humana, que sólo sirve para consagrar privilegios, mientras se preparan guerras, se profieren amenazas, se reprime o se instaura un régimen "global" de terror que tiende a inhibir con eficacia posibles reclamos de justicia.

Uno de los efectos más graves de toda esa dinámica perversa es la atomización creciente. Se reducen los espacios de lo público. Se niega vigencia a lo propiamente colectivo, burdamente transformado en 'corporativo'. En el marco de ese "proyecto globalizador" de economías y conciencias, la 'solidaridad' pasa a ser una palabra vacía o sin sentido. La 'seguridad social' ya no será sino parte de un negocio privado. La 'ética' quedará desvirtuada como simple -y también rentable- 'activo intangible'.

### **TEJIDO SOCIAL DEBILITADO**

Hablé antes de primeros síntomas, graves, del intento de aplicación de un cierto modelo global. Quiero subrayar ahora dos síntomas principales, estrechamente interconectados. El primero es un debilitamiento progresivo del tejido social, dolencia ampliamente extendida, pero que tiene efectos sencillamente letales en sociedades semi-estructuradas, aquellas que no tienen otra base de sustentación que vagos consensos sociales tradicionales, implícitos o simplemente no actualiza-



Cinismo a toda prueba,  
cuando la única gran ley respetada  
es la de la selva. Pesimismo atroz  
acerca de la condición humana,  
que sólo sirve para consagrar  
privilegios, mientras se preparan  
guerras, se profieren amenazas,  
se reprime o se instaura  
un régimen "global" de terror  
que tiende a inhibir con eficacia  
posibles reclamos de justicia.



dos. También en aquellas otras demasiado jóvenes como para haber logrado un auto-reconocimiento maduro.

Entre estas últimas estarían quizás nuestras sociedades latinoamericanas, severamente golpeadas por colonialismos varios y sucesivos, pero en todo caso jóvenes, abiertas, inestables, de origen un tanto aluvional, síntesis humana de inmigraciones múltiples y de mestizajes relativamente recientes, a medio camino siempre entre lo tradicional y lo moderno.

### **EL PAPEL DEL ESTADO**

Por múltiples razones, el impacto de ese proyecto globalizador en países como los nuestros ha empezado a tener ya efectos peligrosamente atomizadores y destructivos. En ese contexto adverso, la prioridad absoluta aquí es la construcción o reconstrucción del tejido social. Y eso no se ve posible sino desde el Estado.

En ningún caso se trataría de reeditar formas del pasado, ni de echar

marcha atrás en el proceso de democratización lograda. Tampoco se trataría de asignar al Estado un papel simplemente reactivo frente a influencias foráneas. Mucho menos consentirle la agitación de banderas de nacionalismo estrecho o patriotero, tan absurdo como trasnochado.

Necesitamos un Estado aglutinador y propositivo, que fomente sin reservas la participación política de los ciudadanos en términos de co-responsabilidad, que sea proactivo en la creación de espacios públicos para el consenso y para el disenso, que favorezca la consolidación de una genuina 'sociedad civil', entendida como red de redes, comunidad compleja que se va construyendo con el encuentro y la progresiva convergencia de comunidades de base menores. Un Estado concebido como catalizador de elementos múltiples, hacia la creación de un gran proyecto nacional compartido. Estado democrático en función activamente democratizadora.

### **RIESGOS DE RUPTURA**

El segundo síntoma es la posible ruptura del tejido social, con consecuencias indeseables, imprevisibles y siempre traumáticas. Hay hoy señales inequívocas de riesgo de ruptura a escala planetaria, entre bloques de países y entre grandes regiones del mundo. El equilibrio planetario fue ciertamente siempre delicado y de alguna manera inestable, pero la reciente puesta en marcha del referido "proyecto global" ha empezado a tener terribles efectos descompensadores. Concretamente ha abierto aún más la brecha de desigualdades entre países del Norte y países del Sur, hasta extremos insostenibles. Las distancias se han agrandado de manera peligrosa para todos.

Hay dos factores que han contribuido a hacer especialmente grave la situación. Un primer factor, si se quiere "objetivo", consiste en que el empobrecimiento acelerado de más de las 2/3 partes de la humanidad -deuda externa mediante- dista mucho de ser casual y, además y por efecto directo de la imposición del modelo, grandes contingentes humanos están simplemente condenados a la "exclusión".

El otro factor, más bien "subjetivo", está relacionado con el hecho de los pobres del mundo saben que su

empobrecimiento no es casual y, por otra parte, los "excluidos" en manera alguna se resignan a serlo.

Están dadas, pues, las condiciones para protestas globales y para masivos desplazamientos migratorios del Sur hacia el Norte. Puede igualmente preverse que ese acercamiento físico entre Sur y Norte, resultado de violencias estructurales, no será precisamente amigable y, en todo caso, será traumático y conflictivo. Demasiado desarraigo y elevadas dosis de explicable resentimiento.

¿Comprenderán alguna vez los geniales artífices del proyecto vigente de economía global que, tal como está diseñado, el mismo es inviable?. ¿Cae-rán por fin en la cuenta de que la época de los colonialismos ha sido definitivamente superada?. ¿Será posible que entiendan que "la justicia es el nuevo nombre de la paz" y que todas las armas en su poder no van a poder acallar el clamor global que surge fuera e incluso dentro de sus propias fronteras?. ¿Serán capaces de sacrificar ganancias injustas de corto plazo y contribuir al desarrollo de todos en el medio y largo plazo?. ¿Serán capaces de superar su propio egoísmo y miopía, a fin de evitar desgarramientos y rupturas que podrían ser irreversibles, en perjuicio de todos?.

## SOCIEDADES DUALES

América Latina sabe mucho de brechas internas. Éste es quizás, por antonomasia, el continente -rico, como el más, en recursos naturales- de las mayores desigualdades relativas. Sociedades que nacieron "duales" y en las que -podríamos decir- siempre coexistieron Primer Mundo y Tercer Mundo, en equilibrio permanentemente inestable. Tejido social débil, por otras causas arriba insinuadas, y tejido social siempre al borde de la ruptura, como efecto de esa dualidad interna difícilmente sostenible.

El fenómeno "globalizador", además de su impacto atomizador y disgregante, ha venido recientemente a agravar nuestras antiguas y propias brechas internas. A escala de cada una de nuestras respectivas naciones se reproducen los mismos efectos constatables a escala planetaria: también aquí los ricos son cada vez más ricos y cada vez son más pobres los pobres, con



América Latina sabe mucho de brechas internas. Éste es quizás, por antonomasia, el continente -rico, como el más, en recursos naturales- de las mayores desigualdades relativas. Sociedades que nacieron "duales" y en las que -podríamos decir- siempre coexistieron Primer Mundo y Tercer Mundo, en equilibrio permanentemente inestable.



una clase media en vías de total extinción, hacia abajo. No haría falta decir que, cuando hablo de riqueza y pobreza, no me estoy refiriendo solamente a poder adquisitivo, sino a todo lo que ello presupone y conlleva.

Cabría advertir, también y de paso, que -por supuesto- el problema de las dualidades internas no es exclusivo de países latinoamericanos, aunque sí muy característico. A ese respecto, es perfectamente constatable una brecha cada vez mayor a lo interno de los propios países desarrollados. En ese sentido e incluso sin tomar en cuenta la presencia creciente de inmigrantes, podría decirse que cada vez hay más Sur en el propio Norte. A ello contribuye de manera decisiva el problema estructural del desempleo, pero eso es ya "harina de otro costal".

## DE NUEVO EL ESTADO

Sin repetir lo dicho antes, tampoco el riesgo latente de ruptura del tejido so-

cial e, incluso, de explosiones sociales internas podrá ser conjurado sino por un Estado que canalice conflictividades y acorte distancias. Un Estado propositivo y moderador que sepa, simultáneamente, estimular la más amplia iniciativa privada de producción y fijar claras reglas de juego para una justa distribución de lo producido. Un Estado armador de redes y creador de nueva institucionalidad. Un Estado que priorice la educación y la ciudadanía. Un Estado que favorezca iniciativas y consensos. Un Estado que cumpla y haga cumplir las leyes. Un Estado cuya acción toda se inspire en una genuina e integral Política de Comunicaciones, más allá de lo sectorial e incluso de lo mediático. Un Estado desprejuiciado y moderno que busque sabiamente, en política exterior, integraciones convenientes y sepa descartar los inconvenientes. Un Estado, en resumen, tan eficaz en su cometido democratizador que, a la larga, resulte, él mismo, más y más prescindible. Todo ello... un largo pero inevitable camino por recorrer.

## OTRO MUNDO ES POSIBLE

Por lo dicho y por lo insinuado arriba, podría deducirse erróneamente que el autor de estas reflexiones abiertas se inclina a favorecer el repliegue de cada nación sureña sobre sí misma o, en todo caso, milita en algún grupo de "antiglobalizadores" a ultranza (grupo, de paso, seguramente inexistente, figura propagandística creada para confundir a la opinión pública y para descalificar cualquier razonable cuestionamiento del modelo de "economía global" en marcha). En manera alguna es así.

El repliegue aquí recomendado es sólo táctico, preventivo y, desde luego, limitado en el tiempo. Pienso, por el contrario, que va siendo hora de empezar a superar fronteras convencionales, que separan absurdamente pueblos y culturas. Empiezan a estar dadas las condiciones para la construcción concordada de nuevas unidades regionales, primero, y de una genuina comunidad mundial después. Pero todo ello sin imposiciones, sin quemar etapas ni violentar procesos. En orden precisamente a ir logrando ese ideal, sin desgarramientos que lo alejen en el tiempo o lo hagan imposible, es interés de todos la reconstrucción o consolida-

ción de tejidos sociales locales, todavía inmaduros o simplemente maltratados.

Cualquier diseño válido de globalización debería surgir de unas Naciones Unidas profundamente reformadas y mucho mejor concebidas y estructuradas, en las que, por ejemplo, no tenga 'derecho a veto' nación alguna de las vencedoras en cualquier guerra. De una u otra forma, deben irse creando instancias de gobierno mundial, con instituciones y leyes adecuadas. Una deseable convergencia de pueblos y naciones, además de negociada y consensuada, no puede no ser, al menos mínimamente, guiada y regulada, ya que, como se dijo, una des-regulación absoluta volvería a dejar expedito el camino para la colonización, la rapiña depredadora o el atropello a gran escala. Hay ya una conciencia bastante generalizada acerca de la necesidad de un Nuevo Orden Mundial, enmarcado en un nuevo también, adecuado y genuino Derecho Internacional. Se escuchan propuestas alternativas. Otro mundo es posible.

### **SIN DEMAGOGIA NI POPULISMO**

No quiero dejar de decir o denunciar que el nefasto "proyecto globalizador", que adversamos, está siendo utilizado en el discurso de algunos gobiernos, al menos latinoamericanos, para tratar de disculpar su propia incuria o ineficiencia. Los males que afectan a los países del Sur tienen varias causalidades, pero muchas de ellas son estrictamente endógenas. Eso no debe ser ignorado ni ocultado. Hay que empezar por poner orden en la propia casa. Revolucionarios demagógicos o de pacotilla, generalmente arropados en discursos populistas, parecieran andar siempre a la búsqueda de factores enemigos externos, para postergar indefinidamente los cambios profundos que la realidad de sus respectivos países exige y para tratar de justificar su propia parálisis o su incompetencia. Detrás de palabras altisonantes, a veces incendiarias, se esconden con frecuencia actitudes conservadoras e, incluso, reaccionarias. Utilizan la "globalización" como simple coartada.

Reconstruir efectivamente el tejido social interno es la tarea prioritaria del Estado en muchos países del Sur, trabajo tan difícil como impostergable,

“

Reconstruir efectivamente el tejido social interno es la tarea prioritaria del Estado en muchos países del Sur, trabajo tan difícil como impostergable, acción más que discurso, revolución auténtica y necesaria. Todo ello debe ir acompañado de actitudes propositivas en el dinámico concierto de las naciones.

”

acción más que discurso, revolución auténtica y necesaria. Todo ello debe ir acompañado de actitudes propositivas en el dinámico concierto de las naciones. Los diferentes países, recompuestos a lo interno, deben tener presencia activa en los ensayos alternativos que vendrán, orientados a la construcción, decidida pero paulatina, de un nuevo entramado mundial. Sin populismos y sin demagogia.

### **POLÍTICA NACIONAL DE COMUNICACIÓN**

Las reflexiones anteriores, enmarcadas en el complejo y siempre abierto debate de lo global, han estado orientadas, primero que nada, a la reivindicación de lo político y, después y más en concreto, al rescate del papel del Estado, al menos para el corto y medio plazo y en preferente perspectiva latinoamericana.

Siguiendo esa misma línea de reflexión y aterrizando ya en el campo de nuestras propias inquietudes profe-

sionales, no puede dejar de ser subrayada la importancia que para cada país tiene una adecuada Política Nacional de Comunicaciones. Una tal política ha podido entenderse en el pasado como una presencia activa, sectorial y más o menos regulatoria del Estado, orientada preferente o exclusivamente hacia el mundo de los medios. Pensamos que esa orientación tradicional debe ser cambiada.

El problema de las comunicaciones no es ya sectorial y -mucho menos- exclusivamente mediático. Y no sólo porque las nuevas tecnologías han dotado al área de una complejidad y flexibilidad sin precedentes ("multimedia"), sino porque, a estas alturas, todas las relaciones y prácticas sociales son o deben ser concebidas como acciones comunicativas o como procesos comunicacionales. De alguna manera, el papel del Estado moderno es fundamentalmente comunicacional o -si se prefiere y al revés- lo comunicacional debe permear las funciones principales todas de un Estado moderno.

No desarrollaré aquí y ahora, en todo su fundamento e implicaciones, esta tesis sucintamente enunciada o propuesta, aunque la misma estaba de alguna manera implícita en el conjunto de reflexiones anteriores. Evitar los riesgos de ruptura, así como construir o consolidar el tejido social de un país, se reduce, en última instancia, a diseñar y poner en práctica una Política Nacional de Comunicación. Naturalmente, eso implicará también una cierta normativa regulatoria general del área y una adecuada política mediática, pero sin quedar en manera alguna circunscrita a las mismas la acción del Estado ■

■ **José Ignacio Rey**  
Jesuita, profesor UCAB.  
Miembro del Consejo de Redacción de *Comunicación*



# Políticas cultural y comunicación

## ¿una relación actual y necesaria?

*Hoy día unas Políticas  
Culturales que ensamblen  
el ámbito de la comunicación  
masiva de los grandes medios  
y que se consideren como tales,  
deben contemplar  
toda la heterogeneidad  
del entramado cultural moderno*

■ Marcelino Bisbal

### I

La temática de la Política Comunicacional emanada desde el Estado hacia las grandes Industrias Culturales del sector privado no es una temática de actualidad. Lo fue hace mucho tiempo, por allá en la década de los años sesenta, setenta y parte de los ochenta. Era otro contexto. América Latina estaba sumida en un profundo debate sobre el papel del Estado en diversas áreas de la realidad nacional, de las realidades nacionales; era el momento –ilusorio en el tiempo, como éste lo demostró– de los nacionalismos a ultranza; era la etapa de la consolidación de nuestras Industrias Culturales y su interrelación con grandes intereses transnacionales; era la consideración teórica de que la comunicación no tenía nada que ver con la cultura...; en fin, fue un momento en donde el pensamiento de la izquierda política latinoamericana y de los partidos socialdemócratas irrumpía con fuerza por toda la región e intentaban “poner orden” en aquellos ambientes que tenían que ver con las conciencias y su formación, con la manipulación de las identidades, con el sentir de que América Latina podía moverse independientemente en lo político, cultural y social, inclusive económicamente.

El tiempo, siempre inexorable y presente, se mostró implacable en todas aquellas ilusiones de carácter político y que se veían y sentían como necesarias. Nunca más volvimos a mencionar el tema de las Políticas de Comunicación. Esa idea pasó al ámbito institucional privado, eclesial incluso, al de las Fundaciones y allí se siguió refiriendo la temática, pero más como Plan de Comunicación dentro del espacio de la Planificación Estratégica y desde una perspectiva de Mercado e Imagen. Válida la consideración que se hacía y hace, pero nunca fue la intención inicial de nuestros debates. Diría alguien: “cosa de los tiempos” en donde el *valor económico* (su valor de cambio, casi nunca el de uso y necesidad) empezó a dominar la escena de nuestros paisajes. Y ese valor se mundializó hasta hacerse cultural y se globalizó atravesando fronteras, personalidades, debates, academias y se hizo *signo dominante* de los tiempos que corren.

La pregunta hoy, ahora: *¿se necesitan Políticas Nacionales de Comunicación?*

### II

Paralelo a ese fracaso, al desencanto político que llegó hasta nuestras reflexio-

Galería de papel / Consuelo Méndez



nes en comunicación, que hizo que la temática se despolitizara irrumpió el discurso (siempre más reducido a pequeños grupos y más matizado políticamente) sobre las Políticas Nacionales de Cultura. Estas no causaron, aún en sus pocas aplicaciones erráticas, ningún escozor. ¿Por qué? Simplemente porque la cultura- en su consideración modernizadora, por lo tanto ilustrada- es cosa de minorías, de privilegiados y ella no entraba en el terreno de los intereses comerciales de las grandes empresas del mundo de las Industrias Culturales. Nunca supimos ver en aquel momento la consideración de imbricación que hay en la realidad del tema de la Cultura y la Comunicación masiva de los grandes medios. Teóricamente no lo apreciamos, aunque el accionar de las realidades nos estaban señalando esa relación por el consumo que hacía la gente en el terreno de lo cultural-comunicacional y de lo comunicacional-cultural. Ya lo apuntaba Martín-Barbero en 1987 cuando decía "que la comunicación no puede ser vista desde los medios de comunicación y sus productos, sino que debe ser comprendida como factor constitutivo y constituyente de la cultura"<sup>(1)</sup>. En el mismo sentido, se pregunta Néstor García Canclini: "¿Seguirán nuestras políticas culturales dedicadas a los caminos de tierra o entrarán a la cultura pavimentada, a las autopistas internacionales de la comunicación?"<sup>(2)</sup>.

Visto así el desarrollo de la temática y su irrupción en América Latina, valdría esta pregunta: *¿se necesitan Políticas Culturales hoy?*. Es más, ¿es posible hoy y ahora considerar el tema de la cultura separado del de la comunicación de las grandes Industrias Culturales?

### III

Tres interrogantes. ¿Requeridas de respuestas separadas? Indudablemente que no. Si esas respuestas tuviéramos que darlas en la década de los años setenta, por la manera como se pensaba y surgía el tema dentro de los debates, pues obviamente que sería afirmativa. Los tiempos eran otros y las concepciones acerca del producto cultural estaban teñidas del sentido de "preservar" la identidad por encima de todas las "fuerzas" que atentaban contra ella. Se pensaba falsamente, se creía a pie juntillas sin ningún viso de duda, que el imaginario del sujeto venezolano como el de cual-

“

Visto así el desarrollo de la temática y su irrupción en América Latina, valdría esta pregunta: *¿se necesitan Políticas Culturales hoy?*. Es más, ¿es posible hoy y ahora considerar el tema de la cultura separado del de la comunicación de las grandes Industrias Culturales?

”

quier otra gente, estaba conformado por algunos pocos rasgos que eran tan semejantes y uniformes que constituían una especie de monoidentidad que tenía que ser resguardada a como fuera lugar, porque allí se nos iba la vida como nación, como espacio en la geografía latinoamericana y como lugar dentro del mundo.

Esa idea fuerza que motivó diversidad y cantidad de debates públicos, muchos aupados desde fuera por organismos supranacionales como la UNESCO, partía de la consideración, no confirmada en la misma realidad, de que el venezolano habitaba un "terreno simbólico" semejante y que éste era el mismo en todos nosotros. Así, el Estado que era considerado desde una concepción teórica como síntesis de la realidad nacional se atribuía, le asignábamos, la función de vigilancia celosa de esa falsa e ilusoria monoidentidad que supuesta-mente nos definía.

Nacieron entonces en esa década de los años setenta hasta bien entrados los años ochenta, innumerable cantidad de

literatura sobre el tema. ¡Gran esfuerzo! Un balance que habría que hacer y que unos pocos caracteres no alcanzan, sería el de evaluar en el tiempo, inclusive por países, el resultado y aportes de esas discusiones, publicaciones, discursos y proyectos<sup>(3)</sup>. Lo que sí podemos anotar, y es un dato positivo, que el tema irrumpió con fuerza y necesidad al lado de la siempre temática política y económica. Encontraba un espacio de discusión y la necesidad en el seno de la sociedad política, aunque fuera solamente en las vísperas de un año electoral, de abordar el tema porque algunos representantes de la sociedad civil ya lo habían incluido en la agenda.

### IV

La temática queremos ponerla sobre el tapete. Pero no separadamente como ocurrió. Es necesario reabrir el debate, pero este no puede seguir las mismas premisas de arranque que en su momento tuvo la discusión. El *asunto* de la cultura ya no es una cuestión exclusivamente de los antropólogos y de los sociólogos. Pero tampoco la comunicación es una temática exclusiva de los comunicólogos y de los profesionales de la comunicación. Ellos solos no pueden dar cuenta de lo que realmente está aconteciendo hoy con la actividad de la cultura, sus manifestaciones y expresiones particulares, su circulación y su consumo. ¿Y entonces? Es que las cosas cambian, ¡bien bueno que cambien!, porque los sujetos hacedores de cultura también están cambiando. Estos tiempos han sido *disolventes* de los espacios/campos particulares de producción cultural, al igual que de su disfrute y consumo en espacios cuasi "religiosos" para tal fin. Nuevamente: ¿entonces? La respuesta: ¿entonces, qué?

Hoy mucha gente se ocupa de la cultura. Este interés va desde la comunicación, pasando por el periodismo, la filosofía, el ámbito de lo literario, la poética, hasta la psicología y la estadística, y por supuesto que los *curiosos*. ¿En dónde está el discurso "real" acerca de la cultura? En ninguna de esas disciplinas, pero en todas al mismo tiempo. Es que la cultura no puede ser *controlada* o *encerrada* en el discurso, ni siquiera para nombrarla, para darle existencia propia y real. Porque la cultura, más allá de los modelos, de los paradigmas y de la propia palabra, es la vida misma expre-

sada *en y a través* del símbolo y los significados que él adquiere en su inserción bien particular en la propia vida y cotidianidad. Es la idea de John B. Thompson cuando afirmaba en palabras del paraguayo Gilberto Giménez que “en la perspectiva de su ‘concepción estructural’ de la cultura, considera las formas simbólicas no sólo en sí mismas, sino en cuanto inmersas en contextos sociales estructurados” (4). Y dirá el mismo Thompson que el análisis cultural será entonces “el estudio de la constitución significativa y de la contextualización social de las formas simbólicas” (5).

Pero siendo cierto lo que afirmaba Thompson, vemos que hoy día los medios masivos de comunicación han homogeneizado simbólicamente los contextos sociales estructurados. Igual ha hecho la ciudad como espacio masivo. De ahí entonces, que los signos de la actividad cultural, en cuanto producción y consumo, se hayan homogeneizado también aún a pesar de “las relaciones asimétricas de poder, el acceso diferencial a los recursos y oportunidades sociales y los mecanismos institucionalizados para la producción, transmisión y recepción de las formas simbólicas” (6). No es ni más ni menos que la mediación de lo massmediático y de lo masivo de los espacios urbanos modernos (valga decir la ciudad, los centros comerciales que representan a otra ciudad dentro de la ciudad, los grandes almacenes al estilo de Makro o Maxys y los mercados urbanos de consumo bien adentro o fuera de la ciudad) en el consumo y disfrute de lo simbólico de la cultura. Hoy es impensable trazar una línea de separación, al estilo de una frontera, entre las distintas manifestaciones de cultura, porque las formas de reproducción técnica o mecánica según lo refería Benjamin ya no lo permiten. Ha sido alterada profundamente la naturaleza del acto cultural, su transmisión, su recepción-percepción y su disfrute-placer.

Como vemos el ambiente cultural, como paisaje arraigado en la geografía de los ciudadanos de este tiempo y los signos que los definen y define son de otras características: la identidad es multicultural por la presencia de rasgos implantados por las industrias culturales extendidas a lo largo de todo el territorio; el predominio de lo urbano sobre lo rural es evidente, al punto de la necesidad de hablar de un “cultura urbana”; el

“

Hoy mucha gente se ocupa de la cultura. Este interés va desde la comunicología, pasando por el periodismo, la filosofía, el ámbito de lo literario, la poética, hasta la psicología y la estadística, y por supuesto que los curiosos. ¿En dónde está el discurso “real” acerca de la cultura? En ninguna de esas disciplinas, pero en todas al mismo tiempo.

”

componente poblacional ha crecido y el dominio de los jóvenes es evidente en términos relativos; ha habido cambios en la educación formal con tendencias hacia el desmejoramiento y la influencia mediática -educación informal o paralela- encuentra entonces campo fértil; la presencia de una sociedad hipermediada o multimediática está aquí entre nosotros; las prácticas comunicativas, por razones de índole social y económica, se han replegado hacia el hogar... (7).

Si esa es la realidad, y apenas hemos apuntado algunas huellas, la concepción de lo cultural como proceso y conformación de imaginarios sociales/colectivos e individuales, es también mucho más complejo que lo que antaño se pensaba. Si antes una *política cultural* era concebida para la “conservación y defensa del patrimonio cultural, el acceso de sectores populares a la cultura y la protección de los derechos de artistas y trabajadores culturales”, ahora esa misma *política cultural* no solamente puede quedarse ahí, sino que tiene que considerar la misma complejidad de la so-

ciudad actual que ya no es homogénea en el terreno de la cultura (¿habrá alguna vez sido?) como se pensaba, sino profundamente heterogénea y determinada por los signos de la globalidad mundializada, por la reconsideración del Estado/Nación y por la políticas neoliberales pensadas e implantadas.

V

En la actual discusión sobre la temática de las Políticas Comunicacionales y Culturales tiene que estar presente la reflexión sobre el *sustrato cultural* en que se está configurando el “nuevo” venezolano. Nuestros políticos, y no pocos de nuestros intelectuales, están muy claros de las carencias que tenemos en el orden político, económico, educacional y de salud, pero sabemos muy poco de lo cultural como base y soporte de las reacciones ante las cosas que más inmediatamente nos afectan en nuestros “mundos de vida”.

Hoy, ante realidades que todos vivimos y que están muy marcadas por lo cultural y lo comunicacional, como campos estratégicos para nuestro desarrollo socioeconómico, requerimos de precisiones muy afinadas que nos digan cómo se está moviendo el ciudadano en orden a lo simbólico que no es más que su producción y consumo cultural. Desde esa óptica, hablemos de ahora en adelante de una Política Cultural que involucre el componente del sector comunicacional de las Industrias Culturales.

Así pues, el planteamiento de una Política Cultural tiene que partir ya no más de retóricas y buenas intenciones, tampoco de discursos grandilocuentes formales sin base en la realidad, y menos de concepciones culturalistas; debemos tener un conocimiento cabal de lo que nos hemos planteado en *El Consumo Cultural del Venezolano* (Aguirre, Bisbal, Nicodemo, Guzmán, Pellegrino y Pilato). Allí apuntamos que requerimos señalar:

-La recomposición de la estructura de producción y difusión de los medios de comunicación en vastas redes industriales, asociadas a grupos internacionales.

-La repercusión económica derivada de las nuevas inversiones, sobre todo privadas, en torno a los servicios agregados de las telecomunicaciones.

-Los cambios en el porcentaje de la población activa que trabaja en las in-

dustrias culturales, en comparación con otros sectores laborales.

-Las mutaciones en los puestos de trabajo y en los perfiles ocupacionales de los "mediadores-productores simbólicos".

-La multiplicación de las fuentes de producción y emisión audiovisual a partir de la liberación de las antenas parabólicas y la concesión de frecuencias para UHF y cable.

-El surgimiento del periodismo electrónico y de la profusión de centros difusores de datos por las autopistas de la información, y específicamente Internet.

-La diversificación de los programas en los medios tradicionales -radio, TV-, y en los nuevos medios -videohome, cabletelevisión, multimedia-.

-La segmentación de los públicos y los cambios en las pautas de consumo cultural.

-El surgimiento de nuevas actitudes ante los medios por la posibilidad de la confección del menú cultural a la carta y su potencial interactivo.

-La recomposición de los espacios culturales urbanos ante la hibridación de los múltiples procesos simbólicos que se cruzan y fecundan mutuamente.

## **Y FINALMENTE...**

¿Unas Políticas Culturales, en plural ahora, que partan desde ese diagnóstico podrán hacer algo por el ciudadano fragmentado y plural a la vez? ¿Podrán servir para orientar el consumo de bienes simbólicos en un sentido democrático, por lo tanto de alcance a todos los sectores sociales? ¿Las políticas culturales cómo considerarán las "nuevas identidades" que irrumpen en este tiempo e inclusive en sectores particulares? ¿Servirán de algo esas orientaciones políticas para entendernos entre nosotros y cohesionarnos como sociedad y cómo comunidades diferenciadas? Hoy día unas Políticas Culturales que ensamblen el ámbito de la comunicación masiva de los grandes medios y que se consideren como tales, deben contemplar toda la heterogeneidad del entramado cultural moderno. ■

### ■ **Marcelino Bisbal**

Comunicador Social. profesor UCV.  
Miembro del Consejo de Redacción de *Comunicación*

## **NOTAS**

- (1) García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo. México, p.123.
- (2) Martín Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. Editorial Gustavo Gili. México, p.225.
- (3) Al respecto el joven boliviano y licenciado en Comunicación Social José Luis Exeni R., quien ganara en 1998 el Premio de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social con la investigación Políticas de Comunicación. *Retos y señales para no renunciar a la utopía* (Editorial Plural y la Fundación Friedrich Ebert) ya nos ofrece un balance, después de un cuarto de siglo, acerca de los planteamientos de las Políticas Comunicacionales y su consideración desde América latina. Recomendamos su lectura sugerente y lejos de todo resquicio nostálgico.
- (4) En el texto colectivo *Metodología y Cultura* de González, Jorge A. Y Cáceres, Jesús Galindo (coordinadores) (1991). Editado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México. México, p.40.
- (5) *Ibidem*, p.40.
- (6) *Ibidem*, p.41. Ver todos los estudios que se han producido desde América Latina. El texto más reciente y que resume algunos de los más importantes trabajos sobre Consumo Cultural en América Latina es el que publicara Ediciones del Tercer Mundo y el Convenio Andrés Bello bajo la coordinación del chileno Sunkel, Guillermo (1999). En ese texto colectivo se llega a la siguiente conclusión: Primero, la centralidad que han adquirido los medios electrónicos en las poblaciones urbanas. Segundo, el carácter fuertemente segmentado del consumo de los eventos de alta cultura. Los estudios, muestran que los niveles de asistencia a eventos de la alta cultura (música clásica, teatro, ballet y ópera) era muy bajo; en términos de perfil las personas se concentraban en los segmentos de mayor escolaridad e ingresos, así como entre el público de mayor edad. Tercero, los estudios revelan también niveles relativamente mínimos de asistencia a centros comunes de consumo (cines, recitales de música popular, eventos deportivos), todo lo cual nos está indicando una clara tendencia hacia la atomización de las prácticas de consumo y un cierto repliegue al espacio privado. Cuarto, la masificación de los consumos de bienes de la industria cultural no implica la homogeneización de los públicos, sino más bien una estructura de consumo altamente segmentada donde coexisten grupos, preferencias y hábitos dispares. Por último, los estudios revelan que el consumo de alta cultura y cultura popular se ve afectado por un proceso de mediatización que implica su incorporación y transformación de acuerdo con la lógica de los medios.



# Venezuela Política Estado y Comunicación

*El “tejido social” todo es un entramado de relaciones múltiples y nada en el mismo queda al margen de la comunicación social. Así pues, hablar hoy de Política Nacional de Comunicaciones es hablar del papel mismo, integral, de un Estado moderno. En las siguientes líneas se presentan cinco puntos de vista acerca de la relación Estado y comunicación, con atención especial al caso venezolano*



## **JOSÉ IGNACIO REY: POLÍTICA INTEGRAL E INTEGRADORA**

La función principal del Estado es la de mantener y garantizar la cohesión social a lo interno del propio país, en apertura razonable hacia otros países. Se trata de construir o reconstruir el propio "tejido social". Dicha función debe ser subrayada cuando en el mundo, por efecto del intento de aplicación de un proyecto neoliberal y neocolonial de "economía global", lo que se ha pretendido imponer a escala planetaria es precisamente todo lo contrario: des-agregación, disolución y anomia. Despolitización programada y caos inducido, cuyos efectos perversos impactan, sobre todo, tanto a sociedades tradicionales como a sociedades jóvenes (todavía éstas en vías de auto-reconocimiento básico).

En la reconstrucción del "tejido social" juega un papel fundamental una adecuada Política Nacional de Comunicación. Tal política ha podido entenderse en el pasado como una presencia activa, sectorial y más o menos regulatoria del Estado, orientada específicamente hacia el mundo de los medios. Pensamos que esa concepción tradicional debe ser radicalmente cambiada.

El problema de las comunicaciones no es ya sectorial y, mucho menos, exclusivamente mediático. Y no solamente porque las nuevas tecnologías han dotado al área de una complejidad y flexibilidad sin precedentes ("multimedia"), sino porque, a estas alturas, todas las relaciones y prácticas sociales son o deben ser concebidas como acciones comunicativas o como procesos comunicacionales. El "tejido social" todo es un entramado de relaciones múltiples y nada en el mismo queda al margen de la comunicación social. Así pues, hablar hoy de Política Nacional de Comunicaciones es hablar del papel mismo, integral, de un Estado moderno.

En ese sentido, el papel principal de cualquier Estado pretendidamente democrático, a lo interno, es contribuir a depurar y profundizar la democracia misma, haciéndola genuinamente participativa. Ello supone, como presupuesto básico o condición negativa, que los gobernantes se alejen definitivamente de cualquier "populismo", que es siempre inhibitorio de participación, así como de cualquier "demagogia", que sólo sirve para confundir o entumecer conciencias.

“

Venezuela cuenta ya con una moderna Ley de Telecomunicaciones que, si bien se ocupa fundamentalmente de regular el "negocio" y las condiciones y cargas fiscales de "inversiones" en el área, deja abiertas excelentes oportunidades en orden a acelerar procesos democratizadores. Oportunidades que deben ser aprovechadas y concretadas.

”

En rápida enumeración y ya en positivo, al Estado le toca fomentar espacios públicos de encuentro a todo nivel, estimular iniciativas de personas y grupos, canalizar conflictividades y consensos, catalizar propuestas, coordinar acciones, brindar oportunidades, repartir o delegar poder de decisión, crear instituciones necesarias (con el menor peso burocrático posible), entusiasmar y aglutinar voluntades, en fin, ir dotando de organicidad al propio país.

Visto en profundidad, todo ello es acción comunicativa y, por tanto, nada de ello puede quedar al margen de una bien concebida Política Nacional de Comunicaciones. Ahora bien, naturalmente y hacia el logro de esos objetivos comunicacionales mayores, el Estado deberá fijar una cierta normativa regulatoria específica y, obviamente, también una adecuada política estrictamente mediática.

Venezuela cuenta ya con una moderna Ley de Telecomunicaciones que, si bien se ocupa fundamentalmente de re-

gular el "negocio" y las condiciones y cargas fiscales de "inversiones" en el área, deja abiertas excelentes oportunidades en orden a acelerar procesos democratizadores. Oportunidades que deben ser aprovechadas y concretadas.

En ese orden de ideas, en referencia concreta a Venezuela y sin pretender en manera alguna ser exhaustivo, me limitaré a sugerir aquí algunas pistas de acción política y a formular también alguna advertencia:

1.- En un Estado moderno y si de lo que se trata es de "socializar", el área específica de la comunicación debe estar articulada, principalmente, al área de la cultura y, por supuesto, al área educativa en sus diversos niveles.

2.- Es un error frecuente pensar que el mero acceso a las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) garantiza o favorece procesos integradores o democratizadores. La democratización de una sociedad depende de sus imaginarios colectivos y del conjunto articulado de sus relaciones y prácticas sociales. El acceso universal a las nuevas tecnologías es deseable, pero el verdadero reto democratizador está en otra parte. Sin lo principal y básico, las nuevas tecnologías pueden tener un efecto más bien disgregador.

3.- La democracia y la cohesión social se van construyendo sin obviar la confrontación y el debate. A ese respecto, el Estado debe garantizar a todos la más absoluta libertad de pensamiento y de expresión. No caben ahí censuras, ni siquiera amenazas de censura. La información y la comunicación son derechos naturales y también constitucionales. En consecuencia, el respeto y la tolerancia, además de virtudes, se constituyen en deber para todos.

4.- El Estado debe tratar de ampliar el registro de iniciativas ciudadanas en la creación y gerencia de medios, evitando la concentración y, más aún, el monopolio real o práctico. Sin recurrir nunca a la censura, el Estado puede y debe usar sabiamente su política de concesión de frecuencias radio-eléctricas, evaluando, en cada caso, las contraprestaciones prometidas o ya brindadas a la nación. No hay que olvidar que se trata de la prestación privada de un importante servicio público.

5.- El Estado, a fin de cumplir su trascendental servicio integrador, debe disponer de medios adecuados para informar y para recibir información, sin

olvidar nunca que los medios que usa están al servicio de los intereses supremos de la nación y no de los intereses sectarios del gobierno de turno. En ese sentido y con esa condición, el Estado venezolano está en el deber de asegurar cobertura y calidad en el manejo de sus propios canales de Radio y Televisión.

6.- En países como los nuestros y por razones culturales y de historia, las palabras de los gobernantes tienen todavía particular influencia, educativa o des-educativa, en la creación del imaginario colectivo. La consideración de ese aspecto -si se quiere, "semántico"- no puede quedar tampoco fuera de la política comunicacional del Estado. La bondad de un gobierno se mide por sus ejecutorias, pero no hay que olvidar que el discurso mismo, con su carga simbólica, tiene virtualidades edificantes o desedificantes.

**CARLOS CORREA:  
APUNTES PARA LA CONSTRUCCIÓN  
DE UNA POLÍTICA PÚBLICA  
DE COMUNICACIÓN**

Puntualmente señalamos algunas ideas para la construcción de una política pública de comunicación que incluye el acceso a las fuentes de información, la libertad para la creación y comunicación, el impulso de nuevos medios para que realmente se realice la libertad de expresión y la construcción de un clima de confianza, tolerancia y respeto. La premisa sustantiva de nuestra propuesta pasa por reconocer al Estado un rol en la configuración de una comunicación democrática, pero superando las concepciones que lo reducen a un rol regulador para ampliar sus posibilidades como promotor de opciones de servicio público con la participación de la sociedad.

El desarrollo de un acceso amplio a las diversas fuentes de información, con sus implicaciones técnicas y de apropiación educativa, supone también esfuerzos por aumentar la oferta de canales de información, con genuinas novedades y no meras reiteraciones; además del desarrollo de una acción educativa audaz que contemple la "alfabetización" para los nuevos medios (tanto para la lectura como para la escritura).

La libertad para la creación es un requerimiento inexcusable para impulsar la creación y la audacia comunicativa, ello implica desarrollar un escenario de

“

La posibilidad de expresarse tiene que constituirse en un genuino derecho y no una exclusión para grandes sectores de la sociedad. El impulso de los medios locales puede contribuir a multiplicar los espejos de las sociedades y aumentar la posibilidad de expresión que tienen los ciudadanos.

”

confianza para la libertad expresiva, que respete y tolere las diferencias, incluyendo los extremos y excesos.

La posibilidad de expresarse tiene que constituirse en un genuino derecho y no una exclusión para grandes sectores de la sociedad. El impulso de los medios locales puede contribuir a multiplicar los espejos de las sociedades y aumentar la posibilidad de expresión que tienen los ciudadanos.

Una herramienta de la educación para los medios es la participación directa de las audiencias por que ello aumenta las capacidades para una lectura crítica de los medios: sus contenidos y mensajes. La calidad de "lectura" se intensifica cuando se establece una interlocución entre el lector y escritor, es decir cuando se puede ser "escritor". La participación fortalece la posibilidad de una mayor diversidad simbólica y por tanto aumenta la posibilidad de una representación de las identidades sociales en los medios.

El desarrollo de una sociedad democrática también exige el impulso de valores relacionados con la tolerancia a la

diversidad y respeto. La posibilidad del diálogo social requiere de procesos de educación masiva para reconocer la diversidad y promover el respeto mutuo. Los funcionarios de Estado tienen que constituirse en los principales promotores de la agenda social y para ello debe proponerse temas de relevancia para la agenda pública, de un modo que sirva de ejemplo para el conjunto de la sociedad. Hay que asumir una visión estratégica para la relación con los medios de comunicación, que no implique la utilización de la intimidación y la fuerza, porque ello sólo es admisible sobre la base de un proceso judicial que respete las garantías para la libre expresión.

El desarrollo de una educación para los medios y la promoción de nuevas opciones públicas y privadas de programas de comunicación masiva se convierten en una progresiva mejora cualitativa de las opciones en la doble dimensión de la emisión y la recepción.

**ACCESO**

El Estado debe organizar la información pública para que los ciudadanos puedan acceder a esos datos y ofrecerla libremente. El escrutinio democrático de la gestión pública es un requerimiento para el desarrollo de la ciudadanía, es por ello necesario que los ciudadanos tengan la posibilidad de acceder a la información y cuenten con las capacidades para una interpretación de esos datos. La transparencia que se logra con un acceso libre de los datos, fortalece la gestión y contribuye a cualificar la participación de los ciudadanos.

Las metas educativas del Estado en el siglo XIX, contemplaban la necesidad que los connacionales dominaran la lectura u escritura, ahora en este siglo XXI el desafío incluye a los medios de comunicación masiva. Procesos de educación masivos que permitan a los ciudadanos leer, escribir y analizar los medios masivos de comunicación. Lectura de periódicos impresos, televisión, cine, radio, otras expresiones culturales (teatro, música, recitales...).

Democratizar el acceso, facilitando a los ciudadanos la posibilidad de tener datos, a través de los diversos medios sobre los temas que sean de su propio interés. Desarrollar habilidades para la lectura, lo que se traduce en la necesidad de fortalecer la capacidad subjetiva de acción y reacción frente a la oferta comunicativa.

## NUEVOS MEDIOS, INICIATIVAS COMUNICATIVAS Y OFERTA SIMBÓLICA

Aumentar y compensar la oferta comunicativa actual, con especial énfasis en los medios masivos de comunicación pública (Radio y TV). Realizar una gestión pública eficiente y pertinente para llevar adelante una estrategia que fortalezca cualitativamente la oferta de los medios de Estado basados en una mayor competitividad sustentada en la calidad. Medios públicos fuertes, con visión de Estado, que hagan ofertas relevantes, junto a la promoción de iniciativas privadas dirigidas a ofrecer nuevas opciones, de calidad e interés para los públicos. Incorporar y promover objetivos éticos en la producción comunicativa de tal modo que se aumenten las ventanas para los ciudadanos.

Promover las iniciativas que a pesar de no contar con una rentabilidad económica, tienen mucha importancia en la reivindicación simbólica de diversos sectores de nuestra sociedad (música juvenil, cine, televisión). Es tiempo para una acción pública que reconozca las culturas juveniles, especialmente articuladas sobre la música como sujetos de las políticas del Estado en la promoción de las expresiones realizadas en el país o por artistas nacionales.

Animar, apoyar y acompañar las iniciativas comunitarias de comunicación como espacio para fortalecer la propia imagen de los ciudadanos. Los medios locales pueden contribuir a aumentar las posibilidades expresivas constituyéndose en los espejos de los ciudadanos.

Políticas públicas centradas en el aumento de las posibilidades de elección para la audiencia. Establecer procesos de promoción de la producción audiovisual, musical y radiofónica sobre la base de incentivos (subsidios, exoneración de impuestos y otras estrategias de promoción del Estado).

Realizar las campañas comunicativas de interés público (salud, valores, ecología, género) con la participación de sectores de la sociedad interesados en el tema, lo que traduce, generalmente en una mayor calidad y pertinencia de los mensajes.

## CONFIANZA

La creatividad y la audacia son posibles en un ambiente de libertad. La confianza en el sistema de comunicación, es decir que las personas o emisoras tengan la certeza que no serán perseguidas por un modo o por la expresión de determinado contenido es una garantía para que efec-



Animar, apoyar y acompañar  
las iniciativas comunitarias  
de comunicación como espacio  
para fortalecer la propia imagen  
de los ciudadanos.

Los medios locales pueden  
contribuir a aumentar las  
posibilidades expresivas  
constituyéndose en los espejos de  
los ciudadanos



tivamente se pueda dar la expresión. Limitar, por resoluciones legislativas del parlamento, claramente los delitos de opinión y todas aquellas iniciativas restrictivas de la libertad de expresión.

La expresión necesita de seguridad para poder expresarse, hay que construir y fortalecer espacios de libertad (físicos y mediáticos) para que se pueda realizar la interlocución ciudadana. Reducir la incertidumbre en el encuentro con los otros es una prioridad para que se permita la participación ciudadana. La violencia también se refleja en el silencio ante la injusticia, en la inhibición ciudadana. Incorporar valores de tolerancia y respeto a las opiniones de todos y en ello el Estado y sus funcionarios debe constituirse en un ejemplo de ciudadanía comunicativa.

## ANDRÉS CAÑIZÁLEZ: ESTADO, SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN

¿Tiene el Estado potestad para normar la vida de las comunicaciones en un país? Hace 15 o 20 años esta pregunta

habría tenido como respuesta un sí tajante. El Estado que se concebía entonces cumplía un rol totalizador y omnipresente en las distintas facetas sociales, económicas y políticas de Venezuela. Hace dos décadas, en los 80, aún se defendían en los foros académicos latinoamericanos la necesidad de concebir políticas nacionales de comunicación y en ese modelo se concebía al Estado como actor central del proceso.

La fiebre neoliberal de los años 90 arrastró consigo no sólo la defensa de los intereses nacionales en esferas como la industria y el agro, sino que también significó un retroceso importante en la posibilidad de que el Estado normara la vida de las comunicaciones. Paralelamente al debilitamiento del Estado (no sólo en Venezuela), fue tomando peso el poder de las corporaciones empresariales y el entramado de relaciones entre éstas y el sistema de comunicaciones privado del país.

Hoy, pese al arrogante discurso oficial que amenaza con suprimir las licencias a algunos canales de televisión, lo que tenemos en la realidad es un poder comunicacional que no tiene normas ni reglas. El Estado legisla, por ejemplo, en materia de hidrocarburos, de agricultura, pone en el tapete una ley para distintos sectores, pero no para el área de comunicaciones. Sí, se dictó una Ley de Telecomunicaciones, pero la misma respondió a una coyuntura en la cual debían fijarse las reglas para las inversiones en el sector.

Carecemos de una Ley de Prensa o de Reglamentación del Sector de las Comunicaciones. Parece importante pensar en un instrumento legal de ese calibre en términos de poner claras y conocidas reglas del juego. Creer que es el Estado, y pensando concretamente en el Estado venezolano actual, el que va a llevar a delante una tarea de observación y seguimiento sobre la comunicación en el país, no parece ni prudente ni factible.

Ahora, la incompetencia o incapacidad oficial para ejercer un papel balanceado en la materia, centrado por ejemplo en la responsabilidad que tienen los medios en la sociedad, tampoco debe dejarnos huérfanos a los ciudadanos, dejarnos desarmados ante el poder (verdadero poder) que están teniendo por ejemplo los medios de comunicación en el país.

En algunos países de América Latina se están desarrollando experiencias del *Observatorio Social de los Medios*

de Comunicación. Observatorio porque se hace seguimiento del rol de los medios en la sociedad, social porque se hace desde sectores sociales organizados, y centrado en el papel de los medios de comunicación de masas.

En un escenario nacional con un tejido social organizado más fuerte, más consistente y autónomo, puede pensarse en una red de organizaciones de ciudadanos que observan a los medios y cuya voz tiene cabida en espacios de dirección o de defensa de las audiencias (Ombudsman) de los propios medios de comunicación, tanto en un carácter crítico (señalando lo que falta, lo que es exceso), como en un carácter propositivo (presentando opciones de lo que no tenemos pero que convendría tener).

Esta experiencia no podrá nacer por generación espontánea. Es justamente es su concepción, en el incentivar su desarrollo, que podría tener un papel destacado el Estado. Un Estado que dicte leyes relacionadas con la comunicación, pero sin partir del punto de vista de la intervención estatal, sino facilitando que la ciudadanía, a través de organizaciones y la propia academia, tenga voz e injerencia en lo que hacen los medios de comunicación dentro de la sociedad.

A fin de cuentas, hablamos de que los medios de comunicación son empresas privadas, pero prestan un servicio público y en ese sentido no nos debe ser ajeno (ni al Estado ni a los ciudadanos) su accionar.

#### **NARSA SILVA: ESTADO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Sin duda alguna en Venezuela estamos inmersos en un clima de incertidumbre política, económica, social. Considero que dos preguntas claves que nos formulamos los venezolanos son: ¿Dónde estamos? y ¿hacia dónde vamos? Pero esta incertidumbre no escapa al tema de las relaciones Estado y Medios de Comunicación, pues no está claro ¿Cómo se vislumbra el futuro de las relaciones Estado- Medios de Comunicación?

Lo que resulta cierto es que hoy más que nunca el marco de las relaciones Estado (representado en la figura del Presidente Chávez) y Medios de Comunicación está sujeto a una clara confrontación, a dimes y diretes, a tensiones y distensiones que han minado el camino de un diálogo constructivo y



Carecemos de una Ley de Prensa o de Reglamentación del Sector de las Comunicaciones. Parece importante pensar en un instrumento legal de ese calibre en términos de poner claras y conocidas reglas del juego. Creer que es el Estado, y pensando concretamente en el Estado venezolano actual, el que va a llevar a delante una tarea de observación y seguimiento sobre la comunicación en el país, no parece ni prudente ni factible.



edificante acerca de la naturaleza de las relaciones entre ambos poderes.

En el debate político que se desarrolla en la actualidad, se evidencia una clara incomprensión entre medios de comunicación, Estado y gobierno, manteniendo a través del tiempo un clima de tensión que en muchas ocasiones ha ocupado el tema principal en la agenda del Presidente y de los propios medios de comunicación.

Al igual que en gobiernos anteriores, asistimos a un debate eminentemente político que tiene implicaciones importantes para la sociedad venezolana. En medio de este debate se cuestiona el papel de los medios de comunicación como actores políticos, y los medios, a su vez, defienden su función y responsabilidad como entes críticos y vigilantes sobre la gestión pública, que reflejan y transmiten la realidad venezolana.

No cabe duda que los medios deben seguir cumpliendo con su tarea de informar sobre la realidad política económica y social dentro y fuera de nuestras

fronteras, y el Estado debe garantizar el derecho a la información en condiciones de igualdad para todos los venezolanos, tal como lo establece nuestra Carta Magna.

Es una realidad que para la mayoría no está claro cuál será el futuro de las relaciones Estado-Medios de Comunicación y cómo se articula, dentro del proyecto revolucionario emprendido por este gobierno, el tema de los medios de comunicación.

En este sentido, para vislumbrar el futuro de las relaciones Estado-Medios de Comunicación es necesario y pertinente trascender la mera confrontación, que hasta ahora ha existido, para abrir cauces de diálogo y discusión sobre asuntos de vital importancia que han generado polémica y que parecen no estar del todo resueltos, entre los cuales destacan:

-Qué papel juega el Estado en la actualidad. Debilidades y fortalezas.

-El marco jurídico-regulatorio de la comunicación en nuestro país.

-La naturaleza y objetivos de la Ley de Cultura.

-El futuro del canal 8.

-La necesidad de contar con medios de comunicación públicos fortalecidos.

-Democratización del acceso a los medios.

-Participación del sector privado como apoyo al Estado.

-Educación para el acceso a los medios.

-Desarrollar e integrar la actividad cultural como política de Estado en materia de comunicación. Difundir valores culturales y desarrollar actividades y programas en esta materia.

Considero que el Estado debería reforzar su papel en materia de comunicación; establecer unas directrices claras y una política coherente que además del aspecto legal se centre en considerarse un verdadero agente que contribuya a democratizar el acceso a la información, a fomentar un clima de respeto y tolerancia, y a desarrollar medios de comunicación de servicio público.

Por su parte, los medios de comunicación además de informar y entretener, deben también educar, a través de difusión de contenidos culturales, educativos-formativos.

Desde el sector privado también se puede contribuir a desarrollar iniciativas valiosas que contribuyan a abrir nuevos horizontes en materia de participación y comunicación.

## AGRIVALCA CANELÓN: ESTADO, CULTURA Y COMUNICACIÓN

En términos generales, podría afirmarse que, en Venezuela, se han formulado muy pocas, cuando no tímidas iniciativas en el área de la Cultura, por demás desarticuladas y carentes de un verdadero sentido de continuidad en el tiempo. Lo anterior alude no sólo al aspecto meramente enunciativo, traducido en disposiciones o políticas concretas orientadas a regular la actividad, sino que también incluye lo atinente a la distribución de los recursos asignados por el Estado para el mantenimiento del sector.

En efecto, hasta tan sólo mediados de la década de los '70 (para ser más específicos en el año 1975), y bajos los auspicios de un régimen democrático que para aquel entonces daba señas de su esplendor, vio la luz el *Consejo Nacional de la Cultura (CONAC)*, concebido como un organismo adscrito a la Presidencia de la República, pero dotado con la suficiente autonomía para guiar y desempeñar un rol dinámico en la conducción de los derroteros culturales, antaño delineados por el *Instituto Nacional de Cultura y Bellas Artes (INCIBA)*.

Desde entonces, personalidades de diverso tono se han paseado por los pasillos del ente, imprimiendo sus particulares estilos de gerencia y, más aún, sus visiones personales en torno al desarrollo de la actividad, teñidas (o desteñidas) de algún modo por el *corpus* de creencias o preconcepciones gubernamentales de turno sobre cómo abordar la realidad cultural del país.

Que decir cuando en 1973 se planteó la vinculación de la Comunicación y de los Medios Teleaudiovisuales con la Cultura (*Proyecto RATELVE*), una iniciativa que en mucho terminó mermada bajo la "imcom-presión" política.

Precisamente, la gestión cultural pública registrada durante los últimos 40 años da cabida a la puntualización de una serie de reflexiones que, si bien no pretenden ser exhaustivas, al menos se contentan con servir como contribución a la generación de un análisis constructivo y serio alrededor del tema:

- Pese a las limitaciones y contramarchas verificadas hasta el presente en cuanto a su planificación y administración, la cultura debe ser asumida como un sector que guarda prioridad estratégica por sus implicaciones en el bien-

tar general de la población; es decir, constituye una cuestión de Estado.

- A la luz de las necesidades derivadas de las características actuales del contexto-país, el desarrollo de la actividad cultural amerita el concurso de una visión innovadora y de un propósito de ejecución que trasciendan la concepción tradicional de la gerencia estatal.

- El término Sector Cultura no sólo se circunscribe al ámbito conceptual, sino también a la suma de las áreas que lo conforman, orientadas hacia la consecución de fines comunes, a partir de sus propias especificidades.

- La cristalización de una política cultural requiere sustentarse sobre una legislación clara, en la que se establezcan los parámetros para la coordinación efectiva de funciones entre los distintos engranajes del Poder Público con responsabilidades y obligaciones dentro del sector.

- Una acción de naturaleza estratégica y democratizadora de la cultura reclama la reestructuración integral de su institucionalidad, lo que conlleva el establecimiento y consolidación de un cuerpo autónomo, que sirva de plataforma y estructura a las políticas del Estado, articulado a su vez con otros entes que participen en el ámbito cultural.

- Sin desmerecer el papel protagónico del Estado en la gestión y regulación de la actividad cultural, conviene que sus esfuerzos resulten complementados por la iniciativa empresarial privada, entendida, por un lado, como agente de promoción y financiamiento, y por el otro, como organización con una responsabilidad social para con su entorno.

- El estímulo a la participación privada en el desarrollo del sector cultural apunta directamente hacia la necesidad de diseñar incentivos fiscales que le permitan colaborar y respaldar la gestión de la actividad.

La consideración en detalle y profundidad de cada uno de estos aspectos puede sentar las bases para la formulación de una *Ley de Cultura* acorde con los rasgos de la sociedad venezolana, que propicie la plena participación de los ciudadanos en una vida cultural rica en todas sus expresiones. Por lo pronto, se cierne una leve esperanza, fundada en la voluntad política de las nuevas autoridades... ■

■ Los Autores son Miembros del equipo de redacción de *Comunicación*



*Creo que nosotros y los que vengan  
después de nosotros,  
seguiremos luchando para hacer  
de este mundo nuestro hogar,  
incluso si los hogares que hemos hecho,  
la calle moderna, el espíritu moderno,  
continúan desvaneciéndose en el aire.*

**Marshall Berman**

*En las líneas que siguen se  
esbozan algunas reflexiones  
sobre la urgencia de asumir la  
cultura como un servicio social  
de los municipios, apoyado en  
criterios gerenciales y de  
gestión, que a su vez se inserte  
dentro de una dinámica  
encaminada hacia el  
mejoramiento de la calidad de  
vida de la población*

■ **Moraima Guanipa**

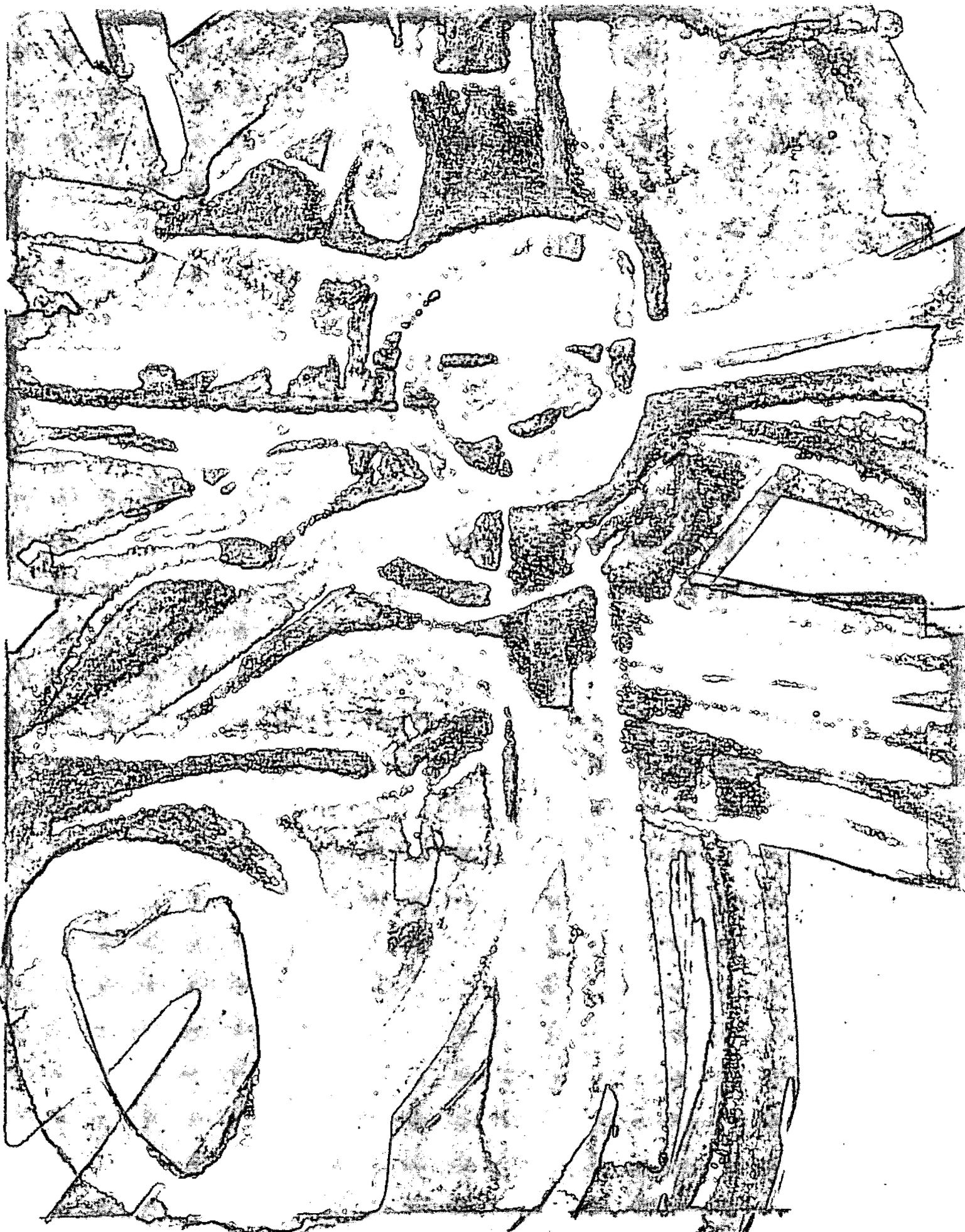
*Más allá de la dádiva y la cosmética*

# La cultura como servicio municipal

Una visión comúnmente aceptada tiende a asociar la gestión municipal con servicios como el aseo urbano, los impuestos locales o el ornato público, antes que con la actividad cultural. Y cuando finalmente posamos la mirada sobre esta área de la vida municipal, es fácil ceder a la tentación de encerrarlas en el redil de un voluntariado empeñado en la organización de concursos conmemorativos y fiestas patronales, cuando no de verbenas ruidosas, con su estela de trifulcas, basura y consumo exagerado de bebidas alcohólicas.

¿Es este el destino de la gestión cultural municipal? ¿Podemos conformarnos con el panorama de instituciones municipales dedicadas al área, esclerotizadas por la burocratización y las rutinas de programaciones anunciadas entre bostezos? En las líneas que siguen intentaremos esbozar algunas reflexiones sobre la urgencia de asumir la cultura como un servicio social de los municipios, apoyado en criterios gerenciales y de gestión, que a su vez se inserte dentro de una dinámica encaminada hacia el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Pero esta responsabilidad asumida por parte del municipio, plantea el reto de mejorar la calidad de los servicios culturales, promover su diversificación y aumentar el grado de independencia institucional para llevar adelante la ad-



ministración y la prestación de dicho servicio. A continuación abordaremos tres aspectos que consideramos claves para la comprensión del papel de la cultura en la gestión municipal, como son su carácter de servicio público, el marco institucional que le da sentido, y la importancia del ciudadano como fin último de toda acción cultural.

### **1.- LA CULTURA: UN SERVICIO SOCIAL DEL MUNICIPIO**

Antes de entrar a considerar el carácter de la acción cultural municipal, es conveniente precisar el término de "servicio social", con el que lo identificamos. A este respecto, se definen como servicios sociales "los servicios gubernamentales en las áreas de educación, salud, cultura, deportes, bienestar social, desarrollo de la comunidad y recreación" (Navarro y Mommer, 1993: 151), es decir, aquellos vinculados directamente con la satisfacción de derechos sociales de la ciudadanía. La legislación venezolana, tanto la Constitución Nacional vigente desde el año pasado, en su artículo 178, como la Ley Orgánica de Régimen Municipal (LORM), en su artículo 36, otorgan competencia al Municipio en estas áreas.

En la Ley Orgánica de Régimen Municipal, vigente desde junio de 1989, se establece la competencia municipal en determinados servicios públicos que, para resumir, tienen que ver con el ámbito cultural: espectáculos públicos; organización y promoción de ferias, así como el resto de las actividades dirigidas al desarrollo turístico local y las "actividades e instalaciones culturales y deportivas y de ocupación del tiempo libre" (LORM, Art. 36).

Así pues, la cultura, es un servicio social que el Municipio está en la obligación de prestar ¿Es así en la práctica?

Analistas del proceso descentralizador en el nivel municipal, iniciado a partir de los años 80 -con la aparición de la figura del alcalde- han insistido sin mucho éxito en la necesidad de mayor atención por parte de los municipios, en áreas como la salud, educación y la promoción cultural y deportiva. Esto, en función de contrarrestar la excesiva centralización -a nivel nacional- de los servicios sociales en nuestro país, cuya competencia en el plano municipal se ha visto disminuida, al punto de que ámbitos como el educativo y el de salud prácticamente han sido desplazados de la esfera local a la regional (gubernaciones) y a la nacional. En lo

“

En lo cultural, el panorama tampoco resulta alentador, por lo que es necesario acentuar el papel de las alcaldías y concejos municipales en esta área, porque en la atención de los servicios sociales, reside en gran parte la autonomía y la fuerza del municipio, como instancia de gobierno más próxima al ciudadano, como el espacio por excelencia para garantizar la calidad de vida de los ciudadanos.

”

cultural, el panorama tampoco resulta alentador, por lo que es necesario acentuar el papel de las alcaldías y concejos municipales en esta área, porque en la atención de los servicios sociales, reside en gran parte la autonomía y la fuerza del municipio, como instancia de gobierno más próxima al ciudadano, como el espacio por excelencia para garantizar la calidad de vida de los ciudadanos.

Para que el municipio esté en condiciones de diseñar y ejecutar políticas en materia de servicios sociales, hace falta algo más que voluntad o decretos. Deberá establecer claras definiciones de responsabilidades y competencias, así como capacidades administrativas. En otras palabras, deberá estar en condiciones de garantizar la calidad, cobertura, regularidad y eficiencia de los servicios sociales que impulsa. Llevar adelante estas tareas, también requiere apelar a un sentido estratégico de la gestión de los servicios sociales, lo cual supone, asimismo, enfrentar las amenazas que marcan el desempeño de las municipalidades, según Juan

Carlos Navarro e Irida Mommer:

- Fuerte inserción de la política partidista en el proceso de prestación de servicios.

- Escasez crónica de recursos humanos calificados y bajo nivel de profesionalización de las organizaciones municipales.

- Inadecuada estructuración de las organizaciones existentes para la ejecución de los programas.

- Muy baja capacidad de seguimiento y supervisión de los programas por parte de los gobiernos locales y nacional (Navarro y Mommer, 1993: 162).

Por otro lado, está la creciente merma registrada en la gestión municipal, en cuanto a la inversión en servicios sociales. Aunque no se disponen de cifras actualizadas, a partir de datos aportados hace ya una década, según los cuales 157 de los 203 municipios existentes en el país en 1987, invirtieron menos de 20 por ciento en servicios sociales (Ibid: 152), se puede inferir un declive mayor de estas asignaciones, habida cuenta de los severos procesos de estancamiento económico de la última década y la ya crónica crisis presupuestaria de los gobiernos locales.

En contextos sociales y políticos como los actuales, servicios sociales como la cultura son relegados en la lista de prioridades municipales, frente al aluvión de necesidades más contingentes como seguridad, vivienda, vialidad, transporte. Pero, por otra parte, los servicios culturales terminan reducidos a una acción cosmética de rescate de espacios para el disfrute recreacional y de programaciones feriales, y en algunos casos, se limitan a prácticas clientelares basadas en la entrega de subsidios y becas a grupos y artistas locales.

A este panorama, se suma un agravante explosivo: la exclusión social. ¿Cómo evitar el desigual acceso a los servicios culturales, mediante los cuales el universo de lo culto y de los productos de la institucionalidad dedicada a las bellas artes, son consumidos preferiblemente por los sectores con mayor poder adquisitivo, mientras lo mediático-masificado queda para los sectores más empobrecidos?

Los problemas de violencia e inseguridad ciudadana; la severa exclusión social que deja por fuera al grueso de la población; la degradación ambiental; las bajas sensibles en la calidad de los servicios de salud, transporte, educación, no están aislados del contexto cultural, conforman el horizonte de una percepción de la vida

cotidiana y ciudadana que va configurando el quehacer de la ciudad. Es en ese espacio donde lo cultural puede convertirse en un canal de promoción de nuevos valores, en favor de una restitución de la civilidad y de una promoción de la solidaridad social y ciudadana.

## **2.- UN MAPA EN CONSTRUCCIÓN: LA GESTIÓN CULTURAL MUNICIPAL**

¿Cómo atender a las necesidades culturales de una ciudad fragmentaria, mutante y diversa como Caracas, desde la particularidad de un municipio? Y es que decir Caracas es nombrar un mosaico de realidades sociales disímiles, atravesada por distintos niveles de gobierno, por realidades particularizadas que cambian de un conjunto de cuadras a otras, por una fragmentación político-administrativa que ofrece una constelación de municipios. Pensar la acción cultural en un municipio en particular o en la ciudad en general, obliga a un ejercicio de reconocimiento de la complejidad. Nuestra ciudad conjuga en un mismo tiempo y espacio la dinámica de lo nacional, dada su condición de capital de la República, pero también de lo regional, si se toma en cuenta el nivel Metropolitano de la Alcaldía Mayor (que absorbió las anteriormente delegadas a la Gobernación del DF) y de la Gobernación del Estado Miranda. No menos importante es el universo de lo local, que en Caracas borra las fronteras entre un conjunto de municipalidades pertenecientes a entidades federales distintas. Caracas es una unidad concentrada en ese mapa imaginario de realidades diversas que es su Área Metropolitana.

Si trasladamos este mapa y lo superponemos al de la acción cultural encontraremos otro modelo para armar. La gestión cultural en la ciudad está atravesada por instituciones de carácter local, como las fundaciones y organismos de adscripción municipal (verbigracia, Fundarte en el Municipio Libertador o el Servicio Autónomo de Arte y Cultura del Municipio Baruta), por la miríada de organismos y fundaciones dependientes del nivel central (gobierno nacional), tuteladas por el Consejo Nacional de la Cultura y el recién creado Viceministerio de Cultura, así como por un significativo número de instituciones de carácter privado.

La gestión cultural muestra su diversidad y complejidad en los campos de especialización a los que se dedican las insti-

tuciones, en los niveles de atención de acuerdo al grado educativo del público-objetivo, en las fuentes de financiamiento y estructuras organizativas ensayadas en cada caso. De allí que, para no perdersnos en el camino, resulte útil definir este universo institucional en función de las tres opciones que, al respecto, asoma Lorenzo Dávalos: el sector privado lucrativo (incluye librerías, galerías y centros de arte comerciales, por ejemplo), el sector privado no lucrativo (escuelas de arte, conservatorios de música, centros de estudios, asociaciones culturales, etc.) y el Estado (Dávalos, 1992:21).

Si nos detenemos en el sector de las instituciones privadas sin fines de lucro, encontramos que para el sector cultural representa una de las formas institucionales más comunes y recurrentes. Esto no resulta gratuito, puesto que este tipo de institución presenta características flexibles como su independencia frente al Estado en términos organizacionales y de funcionamiento, aunque sus fuentes de financiamiento incluyan aportes gubernamentales. Pese a la falta de información actualizada y de estudios pormenorizados sobre las instituciones sin fines de lucro en el país, se puede destacar la presencia de este sector en la vida pública venezolana, si nos atenemos a datos aportados por el "Estudio Johns Hopkins sobre el sector sin fines de lucro en Venezuela", coordinado por Rosa Amelia González de Pacheco, según los cuales el sector de actividad dedicado a cultura y recreación ocupaba el tercer lugar en cuanto al número de organizaciones (un total de 2.455 para 1998, equivalente al 10 por ciento del total de 24.628 organizaciones en todo el país), antecedida por las organizaciones dedicadas a las áreas de "Leyes, defensa y promoción política" y a "Desarrollo y vivienda" (González, 2000: 51).

Si bien pudiéramos afirmar que la labor cultural pasa por una trama institucional que en mucho deriva hacia las ramificaciones de lo privado sin fines de lucro, por una parte, y de lo gubernamental en sus instancias centrales, estatales y municipales, no es menos cierto que sobre la gestión cultural recaen los problemas que detectamos hace un lustro, cuando coordinamos el Plan Cultural Caracas 1995-2001 de Fundarte y cuyos resultados incluyeron una amplia consulta a dirigentes culturales de las distintas parroquias del Municipio Libertador y a un calificado grupo de 30 expertos en el área. En resumen, los problemas señalados a la gestión

cultural (Guanipa, 1995: 128-132) en la ciudad serían los siguientes:

-Partidización política y burocratización administrativa.

-Fragilidad institucional expresada en falta de recursos económicos y limitaciones para el diseño y desarrollo de programaciones permanentes y en una escasa tradición organizacional, por lo que las instituciones se vuelven pasajeras en el tiempo y susceptibles a cambios ajenos a sus fines y actividades.

-Escasa participación comunitaria, minimizada en las políticas culturales tanto nacionales como locales, cuya orientación se ha dirigido a privilegiar el sentido espectacular de la cultura, además de la acción cultural orientada hacia las "Bellas Artes".

-Falta de coordinación entre las distintas organizaciones, instituciones y grupos dedicados a la gestión cultural

A ello se suma la carencia de criterios cuantificables para calibrar la gestión cultural. No contamos con indicadores de gestión, con información fidedigna ni actualizada en este sentido. No tenemos tradiciones institucionales ni una práctica municipal que asimile la cultura como punta de lanza para ganar la calle para los ciudadanos.

Es necesario llamar la atención sobre el hecho de que las instituciones culturales dependientes de las municipalidades no escapan a la ya crónica vulnerabilidad institucional y financiera de la que hablamos, acentuada tanto por el criterio según el cual la cultura podría ser una competencia recurrente del municipio con otras instancias de carácter nacional, como por la inestabilidad que generan el azar presupuestario y los cambios de directivas de acuerdo a las tendencias político-partidistas imperantes. Bajo estas condiciones, la gestión cultural municipal está condenada al "lobby" y al "cabildeo" permanente, condicionada a la buena voluntad de alcaldes y concejales y a los vaivenes de intereses por lo general ajenos a las propias prácticas culturales.

Lo que se plantea entonces es un *cambio de cultura en la cultura*, una transformación del paradigma de la gestión cultural municipal hasta ahora visto como una acción cosmética y ferial de la promoción cultural o, en el mejor de los casos, como una dádiva que el municipio otorga a un sector de escaso peso en las decisiones municipales. Por eso, la cultura debe comenzar por cambiar en quienes la hacen y la dirigen. Sin una política concertada, sin

una capacidad para aglutinar esfuerzos comunitarios y organizacionales, es poco lo que puede lograrse para superar estas condiciones que tradicionalmente limitan el trabajo cultural.

La gestión cultural municipal debería tener una función formadora, que contribuya a fortalecer la condición ciudadana del habitante de la ciudad, lo cual pasa por la necesaria alianza con las propias comunidades organizadas. Además, habría que intensificar o crear vasos comunicantes entre el sector cultura, las escuelas, liceos y universidades, los lugares de formación y consolidación de la ciudadanía. Estos vasos comunicantes bien podrían allanar el camino para que la escuela y la calle sean ámbitos formadores de los ciudadanos activos que nuestras ciudades requieren.

Lo anterior supone, a su vez, un cambio en el perfil de los servicios culturales, orientados ya no tanto a la tradicional área de las llamadas Bellas Artes, sino diversificados en distintos ámbitos que incorporaran tanto lo culto como lo popular, tradicional e, incluso, lo mediático. Porque hoy no podemos asumir la gestión cultural como un simple aditamento, como la guinda del coctel o como el ornamento prescindible que sólo aporta prestigio a una gestión municipal. La cultura como un servicio social supone una tarea de apoyo en la reconstrucción del tejido social, una labor de conformación de nuevos públicos dispuestos tanto al disfrute de formas más cualificadas de los servicios culturales, como también a la diversificación de la oferta cultural y a una noción de la calle, de la ciudad, como la gran educadora, como el espacio primero donde la cultura se hace, se organiza, circula y se consume.

La formación de consumidores culturales debería ser una prioridad en la gestión cultural municipal. Sólo de esta manera se podrá sembrar para el largo plazo, para consolidar una demanda cultural que permita la diversificación de la oferta y su consiguiente incidencia en la disminución de las desigualdades de acceso a los servicios culturales, además de la promoción de economías a escala que vuelvan rentable un sector hasta ahora ceniciento en sus logros.

Pero, reiteramos, esta nueva concepción del usuario de la cultura exige desechar la visión tradicional del servicio público como una concesión graciosa por parte de la autoridad municipal. "Frente a esto, -plantean Navarro y Mommer- se levanta la concepción moderna del ciuda-



No contamos con indicadores de gestión, con información fidedigna ni actualizada en este sentido. No tenemos tradiciones institucionales ni una práctica municipal que asimile la cultura como punta de lanza para ganar la calle para los ciudadanos.



dano consumidor como persona con derechos legítimos, preferencias que hay que atender y responsabilidades características, todos los cuales deben ser incorporados en el proceso de diseño y ejecución de los programas y servicios sociales" (Navarro y Mommer, 1993: 159).

### **3.- EL USUARIO DE LA CULTURA: ¿CULTURA SIN CIUDADANOS?**

Nuestra reflexión apunta a destacar la capacidad y el potencial del Municipio, por ser un espacio de contacto con la realidad ciudadana, para facilitar y promover la participación ciudadana, especialmente en el ámbito cultural, con lo cual también se abre camino para una mayor democratización de la gestión municipal.

Pero la participación, como la cultura, es ejercicio y aprendizaje. En países como el nuestro, esta práctica se ha visto disminuida y degradada, a tal punto, que hoy es posible preguntarnos ¿de cuál ciudadano estamos hablando?

No se trata sólo de una reducción de la participación ciudadana al ámbito de lo exclusivamente electoral. Estamos hablando también de un empobrecimiento de la calidad ciudadana del habitante de la ciudad.

¿Cómo ser ciudadanos en un entorno urbano agresor, que se expresa en cifras elevadas de violencia y criminalidad; en el descreimiento frente al cumplimiento de la Ley y de las estructuras jurídicas; en la humillación y el irrespeto que generan la exclusión social y económica?.

El espacio público, la calle, la ciudad, llamado al ejercicio cabal de nuestra ciudadanía, niega esta condición, se convierte en un mundo excluyente y violento. Lejos estamos de aquella idea del espacio público moderno, "construido en torno a los ideales de igualdad y comunidad y bajo una idea de universalidad" (Jelin, 1998: 120), cuando lo que imperan son los signos comunes de la intolerancia, la sospecha, la discriminación y la violencia. Pero también cabe advertir sobre la degradación del universo familiar, que bien hubiera podido balancear positivamente esta tendencia. El hogar terminó siendo igualmente un espacio amenazado por la violencia, la incomunicación y la disolución de lazos solidarios.

La cultura requiere de usuarios y con esto no nos referimos sólo a aquellas personas con capacidad e instrumentales cognoscitivos que les permitan una aproximación cercana al hecho cultural. La cultura, así como la educación, tiene un definitivo papel en la promoción de nuevos valores de ciudadanía, en su posibilidad de insertarse en los universos de lo público y de lo privado, porque su acción toca tanto la esfera de lo meramente citadino, lo urbano, lo social, como el ámbito particularizado de las relaciones familiares, de la carga de valores, creencias, prejuicios, tradiciones, mitologías familiares que nos animan y avivan nuestros actos más íntimos.

Allí radica el enorme potencial de la cultura como una posibilidad cierta de restituírle la ciudadanía cultural al habitante de nuestras ciudades y la responsabilidad esencial que las instituciones del poder local tienen a la hora de enfrentar esta misión.

Sin embargo, ¿quién es ese ciudadano, ese usuario objeto de invocación en los discursos y en las buenas intenciones? El primer paso quizás debería darse en esa dirección: saber quién es el usuario al que se quiere llegar. Y esto pasa por saber qué hace con los productos culturales, qué consume, cómo pasan a su universo simbólico. No es nuestra intención reducir la acción cultural a un simple problema de consumidores o de mercado, pero resulta vital para cualquier política muni-

principal con alcance y arraigo, tomar en cuenta al receptor, al usuario de las programaciones culturales.

¿Dónde y qué se consume de la cultura? Para comenzar, deberíamos reflexionar sobre el hecho de que el consumo cultural ignora abiertamente los espacios tradicionalmente concebidos como los ámbitos de consagración del cultivo artístico-cultural. Hoy la noción de ciudadanía cultural no se construye tanto desde las bibliotecas, los museos o los teatros como desde un mall, de una calle llena de buhoneros, de un centro comercial. Hoy, vivimos (...)” la mediación de lo massmediático y de lo masivo de los espacios modernos (valga decir, la ciudad los centros comerciales que representan a otra ciudad dentro de la ciudad, los grandes almacenes al estilo de Makro o Maxys y los mercados urbanos de consumo bien adentro o fuera de la ciudad) en el consumo y disfrute de lo simbólico de la cultura” (Bisbal y Nicodemo, 1999:96).

El mismo Bisbal adelantó en 1997 junto a Pasquale Nicodemo, una investigación sobre consumo cultural en Caracas y mediante una encuesta a 517 personas del Área Metropolitana de Caracas, encontró que el 92 por ciento del total de personas entrevistadas ven televisión todos los días o casi todos los días; 83 por ciento escucha radio; 71 por ciento lee prensa. Por el contrario, la frecuencia en el consumo de actividades culturales calificadas como “elitescas o de alta cultura” recibió la indiferencia mayoritaria en las respuestas, según las cuales 61 por ciento nunca visita las bibliotecas; 46 por ciento nunca visita librerías, 57 por ciento nunca visita museos o galerías y 68 por ciento nunca va al teatro (Ibid: 101-104).

La plaza dejó de ser el espacio de encuentro para dar paso al centro comercial y sus rituales de vidrieras; la televisión reina en el tiempo libre de los venezolanos. Como lo planteó Marcelino Bisbal en otro de sus trabajos, ya no se puede seguir hablando de cultura masiva sólo como lo que sucede en los medios de comunicación, “sino que la cultura de masas está presente en la cultura” (Bisbal, 1999b: 73), de manera hegemónica y permanente ¿Qué tipo de política cultural puede ignorar estas realidades que salpican las buenas intenciones de planificadores y gestores culturales? ¿De qué manera se puede revertir esta tendencia? Pero, más aún, ¿podemos hacerlo?

Deberíamos comenzar por una verdadera cruzada contra la desigualdad de ac-

ceso y de oportunidades en cuanto al consumo cultural, enfrentar lo que García Canclini llama “la segmentación desigual de los consumos”, polarizado entre el consumo de élites con acceso a posibilidades avanzadas en términos económicos y tecnológicos y por otro, el de un consumo masivo asentado sobre la lógica de la cultura de masas, mediatizada, construida sobre el paradigma del entretenimiento y la espectacularización mediáticos. Bien lo dice el autor de *Culturas Híbridas* (1989), “conocer lo que ocurre en los consumos es interrogarse sobre la eficacia de las políticas, sobre el destino de lo que producimos entre todos, sobre las maneras y proporciones en que participamos en la construcción social del sentido” (García Canclini, 1999: 49).

Nuevamente insistimos en la necesidad de una política cultural destinada a la formación de usuarios de la cultura, ciudadanos formados y conocedores de las distintas opciones que se les brindan, lo cual reclama el establecimiento de programas culturales de carácter permanente. Esto pasa por favorecer la animación cultural como mecanismo de participación real y continuado de las comunidades, entendiendo la cultura como algo que va más allá de lo meramente artístico para insertarse como experiencia de vida cotidiana, en tanto facilite las relaciones de pertenencia y solidaridad que permitan sobrevivir en condiciones adversas de existencia como las que vive la mayoría de la población en la ciudad.

No obstante, la descentralización municipal y el vuelco hacia una mayor participación de las comunidades, no constituyen por sí mismas una panacea. La participación no se decreta, es un aprendizaje difícil en sociedades como la nuestra, marcadas por la impronta del estatismo y del dirigismo gubernamental, por décadas enteras de representatividad democrática sostenida mediante prácticas electorales. Para decirlo con las palabras de García Canclini: “nuestra primera responsabilidad es rescatar estas tareas propiamente culturales de su disolución en el mercado o en la política: repensar lo real junto con lo posible, distinguir la globalización de la modernización selectiva, reconstruir desde la sociedad civil y con el Estado una multiculturalidad democrática” (García Canclini, 1995:198).

De allí la urgencia de otorgarle a la cultura, asumida como un servicio público de las municipalidades, el activo papel que puede desempeñar en la promoción

de una mayor integración de las comunidades en la gestión y solución de sus propios problemas locales. Un anhelo que tampoco se decreta, pero que se construye día a día. Y la cultura es un buen camino para hacerlo posible. ■

*Este material fue presentado como ponencia en el Simposio de Gestión Cultural de la Alcaldía de Baruta, noviembre 2000.*

#### ■ Moraima Guanipa

Periodista, poeta, profesora UCV

#### REFERENCIAS

- BISBAL, Marcelino y NICODEMO, Pasquale (1999): “El consumo cultural en Venezuela”. En: Guillermo Sunkel (coordinador): *El consumo cultural en América Latina*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello. pp. 88-124.
- BISBAL, Marcelino (1999b): “Más allá de las industrias culturales o la fascinación de lo massmediático”. En: Leoncio Barrios y otros: *Industria cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*. Caracas: Litterae Ediciones.
- DÁVALOS, Lorenzo (1992): *Cultura y filantropía empresarial*. Caracas: Ediciones IESA.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- \_\_\_\_\_ (1999): “El consumo cultural: una propuesta teórica”. En: Guillermo Sunkel (coordinador): *El consumo cultural en América Latina*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello. pp. 26-47.
- GONZÁLEZ DE PACHECO, Rosa Amelia (2000): “Entre el Estado y el mercado: el sector sin fines de lucro”. *Debates IESA*, Vol. 5, Nº 4, pp.47-51.
- GUANIPA, Moraima (1995): *Hacia el Plan Cultural Caracas 1995-2001*. Documento final, primera fase. Mimeo.
- JELIN, Elizabeth (1998): “Ciudades, cultura y globalización”. En: *Informe mundial sobre la cultura. Cultura, creatividad y mercados*. España: UNESCO-Edit. Acento. pp. 105-123.
- NAVARRO, J.C y MOMMER, I. (1993): “Los servicios sociales en el municipio venezolano”. En: Janeth Kelly (Directora del proyecto): *Gerencia Municipal*. Caracas: Ediciones IESA.
- REPÚBLICA DE VENEZUELA (1999): *Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*. Caracas: Ediciones La piedra.
- REPÚBLICA DE VENEZUELA (1989): *Ley Orgánica de Régimen Municipal*. Caracas: Eduven.

# Resistencia

*Cuando no se cree en las instituciones ni en nadie, la prensa puede convertirse en un instrumento de gran inutilidad. En nuestro cotidiano estado de disimulo, la denunciología es más un círculo vicioso que un esfuerzo por mejorar el entorno social. Urge un cambio de mentalidad en la prensa tradicional, esto es, separarse de la dependencia del Estado, los partidos políticos, la denunciología, y adentrarse en otros universos*

■ **Humberto Jaimes**



# a la información

**E**n Venezuela es palpable la creciente frustración ciudadana respecto a las toneladas de noticias divulgadas por la prensa en los últimos años. Pareciera que el esfuerzo de editores y periodistas por llevar informaciones de "interés nacional" a la audiencia se ha ido convirtiendo en una suerte de mensaje sin destino, en un mensaje rechazado de plano por un público escéptico, que no cree en sus instituciones y se ha refugiado en nuevos espacios comunicacionales en los que se abordan temas "frívolos" y distantes del "interés nacional".

Y es que investigaciones a nivel mundial han demostrado que se está produciendo una *ruptura* en la forma en que los ciudadanos reaccionan ante la prensa, proceso que refleja el aprendizaje social experimentado durante varios años de convivencia con los medios de comunicación y las nuevas demandas que al respecto han surgido. A lo que hay que añadir el aporte dado por la nueva tecnología, en especial Internet, que brinda al cibernauta más independencia en la búsqueda de información y menos dependencia de los periodistas o editores, ese selecto grupo de profesionales de la información que bajo sus va-



lores, ideologías y rutinas periodísticas solían fijar la agenda de temas “importantes” para la opinión pública.

Una ponencia del investigador mexicano José Carlos Lozano (Instituto Tecnológico de Monterrey) sobre consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en México (2000) reveló datos interesantes que podrían servir de referencia a la realidad venezolana y latinoamericana. Aunque sería difícil resumir la variedad de datos que maneja el investigador, su trabajo muestra *comportamientos* de la audiencia respecto a la televisión los cuales podrían ser un verdadero sacrilegio para no pocos veteranos periodistas y editores.

Las investigaciones de Lozano revelan que la audiencia a veces no cree en los noticieros o piensa que sus informaciones son *manipuladas*; que los noticieros pueden producir *confusión* y son reiterativos en sus informaciones; y que hay personas que ven un noticiero no por su calidad sino por mera *costumbre*. Lozano se pregunta: “¿Qué tan pasiva o activa es la audiencia al recibir e interpretar información televisiva?”; “¿qué tipo de lecturas realiza de los contenidos noticiosos?”.

Hay múltiples factores que influyen en la lectura que hace la audiencia acerca de los noticieros entre los que cabe mencionar género, clase social, etnicidad y procedencia, pero uno de los que más está influyendo a nuestro modo de ver es el *cambio generacional*, fenómeno que de uno u otro modo se vincula a los factores mencionados anteriormente.

A mediados de los años noventa surgió en Caracas el semanario *Urbe*, dirigido al adolescente y adulto contemporáneo que demandaba un medio con información en torno a bandas musicales, modas, sexo, locales nocturnos, en fin, un medio cuya política editorial nada tenía que ver con las inefables declaraciones de dirigentes políticos, los clásicos enfrentamientos en el Congreso, la privatización de las empresas del Estado y los homicidios de los fines de semana. Con una iconografía psicodélica y un lenguaje surrealista, a lo sumo *Urbe* abordaría los temas de la clásica agenda noticiosa venezolana desde una perspectiva más informal y personal. Por ejemplo, ¿consumía marihuana Jorge Roig, aquel diputado de la casi extinta Causa R?



Las investigaciones de Lozano revelan que la audiencia a veces no cree en los noticieros o piensa que sus informaciones son manipuladas; que los noticieros pueden producir confusión y son reiterativos en sus informaciones; y que hay personas que ven un noticiero no por su calidad sino por mera costumbre.



Para tener una idea de cómo piensan las nuevas generaciones de ciudadanos (e incluso periodistas) citemos una edición de *Urbe* con motivo de los 39 años del 23 de enero de 1958, fecha simbólica en la que se instauró la democracia representativa en Venezuela. Su portada no podía ser más elocuente: “23 de enero. *Qué ladilla los políticos*”. En las páginas interiores, en un tono sarcástico y apocalíptico, un trabajo sobre “tan ilustre” fecha describía a la clase política como una casta de personajes extraños a la juventud, irresponsable, autista, casi “extraterrestre”. A la par, a los medios de comunicación oficiales se les describía como parte del pesimista espectáculo que gira en torno al Estado: “Las noticias... se ponen tediosas. Un breve clic al control y la señal salta al canal ocho. En el canal del gobierno los políticos tienen cancha abierta para pronunciar todas las *barbaridades* que les dé la gana... sus rostros se confunden y para cualquier persona observar tan-

tas corbatas y bigoticos es una *tortura*”. (Subrayado nuestro).

El pesimismo es evidente y deja ver la *resistencia* ciudadana hacia la agenda periodística venezolana que lleva varios lustros en primera página o abriendo los noticieros.

El concepto de *resistencia a la información* fue expuesto por Jean Francois Revel en *El conocimiento inútil*, obra galardonada en Europa a finales de los años ochenta por su agudeza. Dice Revel que la información constituye el elemento central de la civilización del siglo XXI. Pero el pensador no lo asumía en un muy tono optimista, pues a su entender en la misma medida que abunda información, abunda la posibilidad de la manipulación y de la falsedad institucionalizadas. El propio Revel acuña en el título de marras: “La primera de todas las fuerzas es la mentira”, y describe variados casos de sistemática censura o manipulación de información en Europa.

Que los lectores de *Urbe* al igual que otros miles de ciudadanos repudien la “agenda periodística” a la que estamos acostumbrados los venezolanos desde hace varios lustros es un fenómeno *in crescendo* que se explica por la forma en que los vicios de un Estado en permanente crisis han filtrado la prensa. Varios estudios de opinión realizados por la revista *Sic* en los años noventa ya revelaban cierto pesimismo juvenil respecto a la política y los políticos, quienes, huelga decirlo, se han fusionado con el concepto mismo de Estado dada la alta simbiosis entre los partidos políticos, el Estado, y los gobiernos de turno.

Una de las características de la prensa venezolana es la preponderancia informativa que ha concedido a los asuntos de Estado o gobierno, es decir, a la *política*. Para algunos editores esa característica podría ser una virtud pero para la nueva generación de lectores en ciernes más bien podría tratarse de un terrible *vicio*. Sí, un vicio que aniquila las posibilidades de *apertura* y cuyos orígenes podrían estar en el siglo XIX.

Los grandes periódicos del siglo XIX se crearon como instrumentos al servicio de las disputas ideológicas, partidistas, para esbozar críticas o teorías acerca del funcionamiento del Estado, incluso para los ataques personales. En el fondo este viejo esquema

permanece como un *arquetipo* en la prensa venezolana del siglo XX. La política acaparó y sigue acaparando los grandes titulares, los principales espacios audiovisuales, y apenas es secundada por la información económica o las patéticas informaciones acerca de hechos de sangre. Pero valdría la pena preguntarse: ¿qué tan útil es este esquema cultural informativo para el joven o el adulto contemporáneo corriente?

La sociopolítica de la comunicación en su teoría clásica argumenta que el ciudadano *demand*a información sobre su entorno y en función de ello exige respuestas del Estado. Empero este criterio no deja de ser una feliz ingenuidad académica en una sociedad como la venezolana, donde, como recalcó Arturo Uslar Pietri: "*El Estado está en todas partes y en ninguna*". La ausencia del Estado es real, se constata diariamente cuando no hay respuesta posible a las miles de peticiones ciudadanas formuladas a las "autoridades competentes" para que resuelvan cualquier descalabro urbano.

También la teoría clásica sostiene que la información difundida por los medios pone al ciudadano al tanto de los factores que afectan su entorno y de esta manera lo ayudan a *tomar decisiones*. Pero la realidad es otra. Cuando la información que emana de los voceros del Estado a través de los medios no conduce a una acción concreta, a construir una bendita autopista entre dos pueblos arrasados por torrenciales lluvias, ¿sobre qué fundamentos puede fundamentarse una toma de decisiones? A ello agreguemos la peculiar forma de entender la democracia en Venezuela, sea representativa, participativa o *revolucionaria*. Todavía cuesta que los ciudadanos participen en decisiones importantes que no sean elecciones de autoridades sindicales, municipales o estatales.

## LA DENUNCIOLÓGIA Y LA DECLARADERA

El culto a la palabra oficial y la denunciología, probablemente son dos de los más terribles vicios de la prensa venezolana.

El culto a la palabra oficial, rasgo que en el gentilicio criollo conocemos con el término "declaradera", es la medida exacta de cierta idiosincra-

“

Que los lectores de Urbe al igual que otros miles de ciudadanos repudien la "agenda periodística" a la que estamos acostumbrados los venezolanos desde hace varios lustros es un fenómeno in crescendo que se explica por la forma en que los vicios de un Estado en permanente crisis han filtrado la prensa.

”

sia inmiscuida en los delicados "asuntos de Estado"; es el espejo de cierta mentalidad periodística cultivada en cuatro décadas de *rutinas* a través de las cuales se ha abordado la información oficial. No es otra cosa que la *cultural oral* llevada al extremo en la manera de concebir e informar acerca de los asuntos de "interés nacional". En el fondo de esta mentalidad descansan peligrosos axiomas: *gobernar es declarar*, o bien, *informar es declarar*. Así de sencilla y desastrosa puede ser la perversa relación entre el Estado, los medios de comunicación y la audiencia.

Otro rasgo característico de la prensa venezolana es la *denunciología*. La prensa ha tenido en la denuncia la materia prima de su quehacer cotidiano, bajo la suposición de que "ella contribuye a depurar el entorno social y la administración de la cosa pública". Pero la profunda dicotomía existente entre la denuncia y su *objetivo* nos ha sumergido en el inaudito

círculo vicioso de la *denuncia por la denuncia*, vicio propio de una sociedad cuyo Estado con gran dificultad administra justicia y responde por la ciudadanía. El contrato social entre el Estado y los ciudadanos en función del bien común, como sostenía Rousseau, ha desaparecido ante la impotencia, materia prima de la denunciología.

La denunciología no debe sorprendernos. Para decirlo en términos de José Ignacio Cabrujas, es otro rasgo del "*estado del disimulo*" en el que vivimos los venezolanos desde hace un buen rato; esa pretensión de ser algo que en la vida diaria negamos o evadimos en forma abierta o disimulada. Cabrujas lo describe en forma clara y elocuente: "...Vamos a fingir que somos un país con una Constitución. Vamos a fingir que el Presidente de la República es un ciudadano esclarecido. Vamos a fingir que la Corte Suprema de Justicia (hoy Tribunal Supremo de Justicia) es un santuario de la legalidad. Pero en el fondo, no nos engañemos. En el fondo todos sabemos cómo se 'bate el cobre', cuál es la verdad, de qué pie cojea el Contralor... La 'verdad' no está escrita en ninguna parte. La verdad... es el resorte mediante el cual puedo burlar la apariencia legal...".

Hasta dónde ha llegado la influencia de los medios de comunicación venezolanos para modificar un orden social, un modo de proceder del Estado, una manera de proceder de los propios medios. ¿Realmente ha habido un propósito de modificar ese orden? ¿Es la denuncia una solución a los problemas cotidianos de la sociedad o más bien una parte más de un círculo vicioso indomable?

Esto nos lleva a considerar esa sensación colectiva de que "las cosas no cambian". Pareciera que la agenda noticiosa de un noticiero de hoy es más o menos similar a otro de 1985 o aún antes; pareciera que la posibilidad de *evolucionar* como país y sociedad es bien lejana, pues se diluye día a día entre gritos, alaridos, denuncias, propuestas y declaraciones. Como ejemplo están a la vista los reiterativos "planes de seguridad contra la delincuencia" y otras propuestas oficiales que causan risa cuando no vergüenza.

En 1995, el especialista en opinión pública Alfredo Keller resumió con extraordinaria precisión este senti-

miento: "Tenemos una sociedad anómica. La gente pasó el switche, apagó la luz y no quiere saber más... La dirigencia puede tener una solución pero el problema es que la gente ya no los quiere ver ni escuchar". (*El Universal*, 2 de agosto de 1995)

Aunque Venezuela vivió un proceso de aparente cambio institucional a partir de 1998, los últimos sondeos demuestran que el optimismo inicial que acompañó a la administración del presidente Chávez tiende a desaparecer ante los altos índices de delincuencia, el desempleo y la recesión económica, problemas éstos que existían en igual o menor grado antes de su llegada al poder.

En la juventud ese "apagar el switche" es obvio. Tantos años de discusión pública, denuncias, posturas oficiales en torno a tal o cual problema, han pasado en vano. Verbigracia, la eterna espera de *créditos adicionales* para las universidades públicas y otras instituciones oficiales. Resulta que el crédito "adicional" de "adicional" no tiene nada, por el contrario, es más normal que lo que muchos creen, se ha institucionalizado del mismo modo que se ha institucionalizado la paciencia de los trabajadores de la administración pública que esperan que el Estado algún día pague sus pensiones y jubilaciones. El crédito adicional es otra de las grandes mentiras institucionales a la que el Estado y la prensa rinden culto todos los días.

Es natural que la *resistencia a la información* en la ciudadanía, sobre todo en la juventud, se traduzca en *rechazo a la prensa*. Nadie quiere hablar de ello pero la prensa venezolana ha bajado drásticamente su tiraje, pese a que hace alarde de ser una de las instituciones con más credibilidad en la sociedad. En todo caso, habría que revisar a fondo en qué términos se manifiesta esa credibilidad y en qué contexto, porque cuando no se cree en nada ni en nadie, da lo mismo informarse que no informarse, y cierto tipo de prensa puede convertirse en un instrumento de gran inutilidad.

Urge un cambio de *mentalidad*, pero un cambio solo se daría en la medida que los productores de información cambiaran de patrones de conducta, de *rutinas periodísticas*, se abrieran a otros temas, otras realidades, salieran de las butacas del Con-

greso, de las oficinas de Miraflores, de los pasillos del Banco Central de Venezuela, de los sangrientos fines de semana. Para ello se requeriría sepultar la traumática relación de dependencia de los medios con respecto al Estado venezolano y sus principales usufructuarios: los partidos políticos. Además, del seno mismo de la sociedad deberían nuevos actores y nuevos discursos ser capaces de trastocar la forma en que han actuado la prensa y el Estado venezolano, un binomio no muy sano. ■

■ **Humberto Jaimes**

Periodista. Cursa la Maestría en Historia de América en la Universidad Católica Andrés Bello.



*Cualquiera que esté cercano a la lingüística o a su enseñanza habrá podido notar que no son pocas las veces que Chávez ha transgredido algunas normas comunicacionales básicas.*

*Es obvia la carencia de un asesor, especialista en discurso, que por lo menos lo advierta acerca de cierta normativa mínima relacionada con los registros del lenguaje y sus implicaciones situacionales y contextuales.*

*Sin embargo, no hay duda de que, comunicacionalmente y en lo que concierne a un buen sector del colectivo nacional, dicha espontaneidad oralista ha sido exitosa*

■ **Luis Barrera Linares**

**Apuntes sobre el Discurso Oficial:**



# ¿Fonofilia o

*A la memoria de Juan Liscano, siempre más allá del bien y más acá del mal.*

Desde la propia irrupción electoral de Hugo Chávez Frías y de su tan particular manera de comunicarse con la gente, ha venido gestándose en Venezuela una interesante discusión sobre cuáles son los procedimientos más adecuados para que un hablante que ocupa tan importante posición (primero candidato, luego presidente) actúe lingüísticamente.

De una parte, ante la comparación con la formalidad comunicativa y el aludido retorcimiento retórico de su antecesor inmediato en Miraflores (Rafael Caldera), se ha argumentado que el actual mandatario no hace uso de la escritura ni siquiera en aquellas ocasiones más solemnes. El fenómeno podría definirse de dos modos opuestos: fonofilia o letrofobia, de acuerdo con lo que se piense al respecto. Lo cierto es que, dentro o fuera del país, independientemente de la audiencia, por lo general el susodicho mandatario actúa como un emisor absolutamente oral. Aun en situaciones en que cualquier desliz lingüístico pudiera comprometer asuntos de Estado que estén más allá de su individualidad como sujeto hablante, acude a los múltiples recursos de la lengua oral para hacerse percibir como sujeto comunicacional. Cualquiera que esté cercano a la lingüística o a su enseñanza habrá podido notar que no son pocas las veces que Chávez ha transgredido algunas normas comunicacionales básicas. Tanto ha sido así que ya nos estamos acostumbrando a que alguno de sus ministros salga de vez en cuando a remendar, enmendar o refrendar los gazapos presidenciales. Es obvia la carencia de un asesor, especialista en discurso, que por lo menos lo advierta acerca de cierta normativa mínima relacionada con los registros del lenguaje y sus implicaciones situacionales y contextuales.

Sin embargo, no hay duda de que, comunicacionalmente y en lo que concierne a un buen sector del colectivo nacional, dicha espontaneidad oralista ha sido exitosa. "Me gusta escucharlo, aunque no siempre lo entiendo" -me comentaba, por ejemplo, una señora de Trujillo. Aparte de que no son pocos



Galera de papel / Consuelo Méndez

# Letrofobia?

los hablantes del “soberano” que repiten no sólo su léxico sino también sus argumentos, sus ademanes y hasta el modo como articula vocales y consonantes. La razón es sencilla: el lenguaje oral cotidiano permite muchas licencias ajenas al texto escrito. La oralidad acerca a los interlocutores. Permite la ruptura o la atenuación de jerarquías socio-lingüísticas. Facilita la comprensión y se auxilia con diversas estrategias gestuales y entonativas, recursos que pueden tener su traslación a la escritura, pero que en tal caso exigen un mayor grado de elaboración. Se trata de dos registros verbales normados socialmente por distintos parámetros. Sin embargo, también debe quedar claro que sólo puede “jugarse” con ambos cuando se tiene plena conciencia del modo como opera cada uno.

Tampoco debe dejarse de lado que no pocas veces, los detractores y/o críticos del Presidente acuden a ciertos prejuicios socio-ideológicos y, con poco conocimiento del asunto, atribuyen su desapego al papel a cierta falta de sindéresis lingüística o a inadecuaciones motivadas por su condición de hablante incompetente (presuntamente debido a su origen social), cuando no a su condición de militar (bajo el supuesto colectivo de que, al menos en Venezuela, el manejo efectivo y adecuado del lenguaje no es precisamente la característica que mejor distingue a quienes escogieron profesionalmente la vida castrense).

En el otro extremo, hay quienes opinan que la insistencia en la oralidad y la improvisación han permitido un mayor acercamiento con algún nivel socio-cultural cuya cotidianidad es más proclive a esta modalidad, es decir, los sectores populares. Es natural que sea ésta la posición asumida por sus adeptos o sus adulantes, pero, objetivamente, no dejan de tener razón quienes así piensan: si hay algún factor que abiertamente ha permitido la vinculación discursiva entre Chávez y sus multitudes ése es justamente el uso de un discurso directo, sencillo, intencionalmente pedagógico, sin honduras y cargado de mucho discurso de ficción que él hace percibir como real, debido a su condición de hablante privilegiado, con todos los medios a su alcance. Podría decirse que en países como los nuestros, la condición de Presidente de la República otorga a quien la ejerce el estatus de hablante

“

En el otro extremo, hay quienes opinan que la insistencia en la oralidad y la improvisación han permitido un mayor acercamiento con algún nivel socio-cultural cuya cotidianidad es más proclive a esta modalidad, es decir, los sectores populares.

”

privilegiado y muy prestigioso, más allá de que coincidamos o no con sus planteamientos y con su modo de entender el mundo. Eso explica su poder de convicción para imponer términos y expresiones o para hacer que vuelvan a la moda verbal cotidiana vocablos de poca o ninguna frecuencia contemporánea. E incluso para darse el lujo de crear neologismos. Y en eso lo ayuda comprometidamente toda la comunidad: partidarios y adversarios. La sola palabra “escuálido” y su significado actual en el conglomerado nacional serviría para explicar este fenómeno. A qué dudar que entre nosotros tenga plena validez el lema “El discurso soy yo. Firma, el Presidente.”

Y en un país en el que —en un lapso mínimo, inimaginable hasta hace pocos años— el lenguaje político en general, y el específico lenguaje de la clase gobernante, han sufrido un verdadero sacudón, no podíamos esperar que tal hecho no se convirtiera en un atractivo para la gente que se interesa por los estudios del discurso, como en efecto ha ocurrido. Basta con acudir a algún evento nacional relacionado con el lenguaje para verificar que el nuevo discursador de Sabaneta sea el sujeto

principal de estudio y análisis. O con añadir que buena parte de nuestros investigadores universitarios del lenguaje han convertido la oratoria de Hugo Chávez Frías en su principal fuente de inspiración cuando acuden a congresos o coloquios internacionales relacionados con asuntos idiomáticos. Mi tía Eloína suele bromear con tal situación, al asegurar que el particular comportamiento lingüístico del actual Presidente ha sido la tabla de salvación y supervivencia económica y profesional de varios sectores de la sociedad venezolana, entre los que cabría mencionar a los comunicadores sociales, los humoristas en general y los lingüistas.

Harto se ha discutido el problema de la jerga, la entonación y la sintaxis “huguista” (para diferenciarla de la “chavista”, que tiene otra connotación) por y en los distintos medios. Y lo han hecho igualmente especialistas y aficionados. Cada cual ha opinado al respecto y cada cuál ha utilizado además la excusa del discurso presidencial para darle coherencia a la posición asumida frente a eso que se ha denominado “el proceso”, “el proyecto” o la “revolución bolivariana”.

Ha sido mucho más que evidente el incremento del léxico, la recurrencia a ciertas expresiones que sin duda reflejan el impacto del discurso del presidente ante los distintos grupos sociales (adictos o adversos, insisto). Términos como “soberano” “revolución”, “compatriota”, “encadenar”, “batalla”, “guerra”, “sobremarcha”, “cúpulas”, “puntofijismo”, “participación”, “asamblea”, “referendo”, se han vuelto parte de nuestra rutina discursiva hasta el punto de que ya los utilizamos incluso de manera chistosa. No es extraño, por ejemplo, que adultos y chicos se acusen unos a otros o bromeen entre sí, haciendo uso de este nuevo aluvión lexical (“¡No me hables en tono de víctima *puntofijista*, por favor!”), “si te portas mal, te voy a *encadenar* al próximo discurso del presidente”, “todos mis maridos me han tratado a *paso de vencedores*”, “mi novia me ha dicho que soy un *escuálido sexual*”). Cómo obviar el rótulo de comodín lingüístico de que se ha recubierto al adjetivo “bolivariano-a”. Desde la sencilla y paciente ama de casa hasta el más encumbrado y sifrino de los ejecutivos o funcionarios han recurrido al térmi-

no “bolivariano” en más de una ocasión. La expresión más novedosa en este sentido la constituye la catalogación de “chusma bolivariana” con que el propio presidente, con premeditado gancho ideológico al hígado de las llamadas “cúpulas podridas” de la “oligarquía”, bautizara alguna vez a sus seguidores. Y ello sin referirme a las consecuencias futuras que en nuestro repertorio lingüístico tendrá la insistente identificación de hombres y mujeres a través de la distinción genérica gramatical (juez/jueza, sujeto/sujeta, fiscal/fiscala, estudiante/estudiante), oficializada y elevada a los términos de la más absoluta legalidad en la “Bicha”, como ha sido bautizada por el mismo sujeto discursivo la Constitución de 1999. Para mencionar un caso nada más, no deja de ser curioso que el artículo 242 de la misma rece al comienzo que “Los Ministros o Ministras son órganos (sic) directos del Presidente o Presidenta de la República...”. Y, atención, que no se dice que sean “órganos” los Ministerios y Ministerias, sino los sujetos o sujetas que los encabezan. Puesto que en el mismo texto constitucional a la Presidenta se le cataloga legalmente como “funcionaria pública”, cualquier suspicaz podría inferir que también son públicos sus “órganos”, como reza el mencionado artículo.

Frente a tan particular situación de cambios en la orientación del discurso cotidiano, tenemos además el hecho de que buena parte de aquellas personas con las que debes establecer actos comunicativos esperan del interlocutor una determinada reacción. Ya se habla incluso de oyentes y “oyentas” chavistas y antichavistas. Los o las que sólo escuchan lo que desean escuchar. Comienzan, además, a aparecer interesantes creaciones que buscan juntar el léxico de la Cuarta República con el de la Quinta: verbigracia, “chaveco-a” (neo-chavista, hijo-a de adeco o adeca) y “chayano-a” o “chavano-a” (neo-chavista, hijo-a de copeyano-a), “chavipero-a” (neo-chavista exguerrillero-a que además estuvo dentro del “chiripero”).

Buena parte de nuestros interlocutores de este momento generan para sí mismos la expectativa sobre la ubicación de aquél o aquélla con quienes se comunican. Hasta el punto de que se ha producido, quizás sin que nos ente-

“

Cómo obviar el rótulo de comodín lingüístico de que se ha recubierto al adjetivo “bolivariano-a”. Desde la sencilla y paciente ama de casa hasta el más encumbrado y sifrino de los ejecutivos o funcionarios han recurrido al término “bolivariano” en más de una ocasión.

”

remos expresamente, un cierto maniqueísmo discursivo según el cual no existe la neutralidad frente al actual acontecer político. De acuerdo con lo que digas, a cómo lo expreses, no importa si eres “ilustrado” o “ignorante”, o estás con el “proyecto” o estás contra el “proceso”. Por tu discurso serás reconocido, compensado o penalizado, independientemente de donde tú mismo te ubiques. Son los otros quienes deciden y te catalogan.

Dentro de cualquiera de las posiciones en que se te ubique, igualmente se espera que seas fanático y conviertas tu conducta verbal en un simple acto de fe: seas chavista o anti, tienes que hablar como tal y además aceptar que “eso es correcto” y está bien hecho si ha ocurrido dentro del extremo en que se te ha ubicado. O sea, no hay espacio posible para la disidencia o el desacuerdo. No parece haber manera de ser lingüística y socialmente ajeno a lo que está ocurriendo. Si no lo has hecho tú mismo, son los otros los que te ubican, una vez que has abierto la boca o recurrido a la escritura para expresar cualquier cosa. Si arguyes que te gusta, por ejemplo, el “café” o los

“cambures”, nada, que eres “chavulto” (es decir, “chavista oculto”). Si tus aficiones se inclinan por la música clásica o prefieres la educación privada, serás “escuálido” declarado. Dentro del propio “chavismo light” (rótulo con que se hacen distinguir algunos académicos o universitarios para diferenciarse social e ideológicamente de la “chusma bolivariana”), se hacen discriminaciones. Verbigracia, hay quienes argumentan que el término “chavorro” (en uso por sectores jóvenes contemporáneos) alude a “chavista peorro” (es decir, del montón, de los que votan automáticamente, sólo seducidos por el “carisma” del líder máximo). No debe sorprender que sea justo un profesor universitario, en funciones de gobierno dentro del renglón cultural, quien en una conversación privada haya utilizado el vocablo “emeverriondo” para aludir a tanto neo-militante del MVR de origen “ñángara”, ahora hambriento de poder político. “Tienen un verano que les ha durado desde los años sesenta- dice- por eso son emeverriondos”.

Estas posiciones, aunque extremistas en todos los casos, se justifican desde el punto de vista discursivo, por cuanto no hacen más que confirmar una premisa sociolingüística: todo grupo (social, político, económico, familiar, etc.) intenta perpetuar a través de sus expresiones los principios ideológicos y las creencias que lo sustentan. De ese modo cuestiona lo que supone “viejas formas” o “formas disidentes” y propone siempre las suyas como “nuevas” y como definitivamente válidas para justificar cualquier cosa, en cualquier ámbito.

Esto explica que a veces un periodista (que también es un “homo loquens”) y tiene derecho a sus creencias) interrogue o apele a un invitado en algún programa y espere siempre una respuesta que se ajuste a los requerimientos del entrevistador (y no a lo que realmente quiera decir el entrevistado). En tal situación, preguntamos para oír lo que deseamos escuchar. Y lo que deseamos escuchar va en función de nuestros intereses grupales. Por ejemplo, cada cuál leerá este artículo buscando coincidencias y obviando o censurando (a veces involuntariamente) las disidencias. Suele ocurrir en la interpretación que hacen algunos lectores del discurso periodis-

tico del columnista Ibsen Martínez, en sus entregas semanales del diario *El Nacional*. Cada vez que intenta “mostrar” lo que a su juicio percibe, y hace críticas positivas y negativas del gobierno o de alguno de sus representantes, no faltan adictos de ambos bandos que le pidan “definición” a través de las cartas enviadas al diario.

Desde la psicolingüística del discurso, esta actitud no es gratuita ni caprichosa. Tiene su origen en una conciencia comunicacional de grupo. Ya es un lugar común que el lenguaje puede ser utilizado para falsear la realidad e insistir en que aquélla es de una forma u otra. Además es cierto que una cosa es la palabra y otra la conducta. Toda conducta es real o al menos se puede parecer a la realidad, pero igualmente todo discurso es ficción. No obstante, el discurso de los grupos tiende siempre a crear una ilusión de realidad. Por mucho que se lo crea, nadie se expresa entonces por su propia iniciativa. Todo individuo discurrese en función del grupo o los grupos a los que pertenece. Su misión es fortalecer cada vez más los intereses de su “colectivo selecto”, para lo cual se vale, entre otras cosas, del lenguaje. Y esta premisa es aplicable a cualquier colectivo social.

Se justifica así que los militantes del “chavismo lingüístico” o de los grupos opositores “antichavistas” se esmeren en emular obsesivamente la conducta de quien (o quienes) ocasionalmente hace(n) las veces de “hablante(s) modelo”: el hablante o los hablantes del grupo con mayor autoridad y responsabilidad comunicacional. Cada cual está buscando convenecer al grueso de su grupo sobre la necesidad de perpetuar lo que considera adecuado, o cambiar hacia una posibilidad diferente. Pero en momentos históricos como el presente, los más aguerridos representantes grupales creen que la razón los asiste siempre y concentran las energías comunicacionales en atacar al oponente con las armas lingüísticas a su alcance. Esta actitud es muy saludable mientras se trate únicamente de “armas lingüísticas”. Los hombres dirimen sus diferencias de cualquier tipo haciendo uso de la única facultad que nos hace distintos en la escala zoológica: el lenguaje. Pero, dada la enorme influencia que los líderes ejercen sobre los otros, sus ac-

“

Estas posiciones, aunque extremistas en todos los casos, se justifican desde el punto de vista discursivo, por cuanto no hacen más que confirmar una premisa sociolingüística: todo grupo (social, político, económico, familiar, etc.) intenta perpetuar a través de sus expresiones los principios ideológicos y las creencias que lo sustentan.

”

ciones deben corresponderse de alguna manera con sus ideas.

Esto debería ser percibido por los destinatarios discursivos de cada grupo, porque no todos entienden la situación de este modo. Cualquier intento por incitar a que la violencia verbal se convierta en violencia conductual es reprochable. Estimular el paso de la metáfora discursiva de agresión a la acción concreta, siempre será un acto de irresponsabilidad comunicacional, venga de donde venga. Por ejemplo, insinuar que alguien ha colocado un “niple” en un colegio, un templo o un centro comercial porque ha sido fiel a las arengas del líder de su grupo es tan censurable como justificar discursivamente la necesidad de salir de un grupo político o de algún dirigente en particular “por cualquier medio”. Y no es extraño escuchar tan “ejemplarizantes” arengas discursivas en estos días.

Para concluir, es peligroso jugar con el importante rol discursivo que los grupos otorgan a algunos de sus in-

tegrantes. Independientemente de la posición que se defienda, orales o escritas, las palabras no desaparecen tan rápido como suele creerse; algunas veces toman cuerpo en los interlocutores y se fortalecen hasta convertirse en acciones. De ahí la necesidad de ofrecer a la audiencia enfocada (a la que representamos y a la que nos adversa) posibilidades discursivas que, si resultaren en algo, sea en beneficio del colectivo total. Porque si bien toda forma discursiva es una representación que no se corresponde uno a uno con la realidad, nuestra responsabilidad de hablantes con poder (cuando lo tenemos) nos obliga a tratar de que nuestro discurso incite hacia conductas constructivas. Porque los gobiernos pasan, como pasa también el rol de la oposición. Pero el discurso queda. Y también sus consecuencias. ■

■ Luis Barrera Linares

Doctor en Letras, narrador  
y crítico literario, profesor USB



**Resumen**

*El autor reflexiona acerca del papel del Estado y de la iniciativa privada en la vida cultural. Detalla los diferentes mecanismos empleados, en particular la legislación, en países de los continentes americano y europeo para impulsar la participación del sector privado en el financiamiento de la cultura. En el caso de Venezuela, presenta los resultados más significativos de un estudio destinado a determinar la actitud, disposición y motivación del sector privado empresarial hacia la promoción, apoyo y desarrollo de actividades culturales, mediante el establecimiento de incentivos y beneficios fiscales en el contexto de una Ley de Mecenazgo.*

**Abstract**

*The author reflects about the role of government and the activity of private industry in cultural life. It analyzes the different mechanisms used, specially the legislation, in America and Europe countries to promote the participation of the private industry for financing the culture. In Venezuela's case, it presents the most relevant find-outs of a research made to determine the disposition and motivation of private industry for the promotion, support and development of cultural activities through the establishment of incentives and benefits within the context of a law of "Mecenazgo".*

**I.- ¿CUÁL ES EL PAPEL DEL ESTADO Y DE LA INICIATIVA PRIVADA EN LA VIDA CULTURAL?**

Es evidente que las industrias de la sociedad de la información (industrias de TIC y de contenido) se han convertido en uno de los sectores más importantes y de más rápido crecimiento en la economía mundial. Una nueva economía, que es conocida como la *economía informacional global*, está creando nuevos empleos así como recientes desafíos gerenciales para la organización de los procesos productivos -gerencia del capital intelectual (ICM), gerencia del conocimiento (KM)- y, de manera más general aún, está ejerciendo un fuerte impacto en los patrones de interacción social con el surgimiento de una nueva estructura social dominante, que los expertos dan en llamar la *sociedad en red*, aunada a inéditas expresiones culturales y, que se denominan habitualmente, como la *cultura de la virtualidad real*. Pero también, como señala la investigadora colombiana, Cristina Giménez Elorriaga (2001), nos encontramos, en este comienzo de milenio, inmersos en una sociedad en transformación, en donde el aumento del número de personas que disfrutan de gran cantidad de tiempo libre, están dando lugar a la aparición de lo que los expertos denominan la *civilización del ocio*.

*La Responsabilidad social de las empresas*

# El mecenazgo y la cultura

■ Carlos E. Guzmán Cárdenas



Así, el tiempo libre, aparece como una nueva constante en las sociedades *informacionales* (CASTELLS, Manuel, 1998). Por el momento, tres grandes campos han encabezado la respuesta a este “tiempo vacío”: el deporte, la solidaridad social y, especialmente, el desarrollo de la cultura. A comienzos del siglo XXI, las personas empiezan a ser valoradas tanto por el trabajo que desarrollan como por lo que hacen en su tiempo libre. La producción de bienes materiales está llegando a su límite, y el siglo XXI nos llevará a la producción y el consumo de bienes culturales, ya que estos no requieren recursos irremplazables, ni producen, en principio, ninguna degradación medio ambiental. Así, el arte, la música, la investigación, la educación, el deporte y la comunicación social serán los nuevos campos en crecimiento.

Y, este es el nuevo marco del mecenazgo cultural: *la cultura como crecimiento personal, como imprescindible revalorización del hombre en un mundo que ofrece increíbles ventajas, pero abre también carencias de carácter personal y social. La cultura, en fin, como bien necesario y asequible para todos* (Cristina Jiménez Elorriaga, 2001). Así tenemos, que las prácticas y actividades culturales son parte esencial de la vida humana, es un consumo que hace la vida más interesante, compleja y satisfactoria. La cultura es en esencia, un producto final, que no requiere justificarse por lo que haga para emplear a algunas personas o por el volumen de sus exportaciones, sino por *lo que haga para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos*. De igual modo, la actividad cultural es parte del proceso de formación esencial de los ciudadanos de una sociedad. Como elemento del proceso educativo, contribuye a definir los rasgos, los perfiles de una ciudadanía. Al invertir en cultura, para que desde muy pequeños los habitantes de un país conozcan su tradición cultural, se familiaricen con la literatura o el arte, disfruten de sus costumbres con información y conocimiento, valoren la creación estética, desarrollen al máximo sus capacidades de disfrute sensible, puedan utilizar el lenguaje en forma compleja para debatir sus problemas y crear una comunidad cultural, las sociedades hacen una inversión en el futuro, que es muy difícil de medir y cuyos resultados son hipotéticos e inciertos (MELO, José Orlando, 2000).

“

En este marco de reducción del gasto público, vuelve aparecer el mecenazgo y patrocinio, bajo la atenta mirada reguladora y promotora de los Estados.

En consecuencia, el debate de fondo deberá definir cuál es el papel del Estado y de la iniciativa privada en la vida cultural: los recursos económicos aportados y consumidos por cada uno de ellos y, las orientaciones prioritarias de la oferta cultural.

”

Desde esta perspectiva de análisis, es indiscutible que *el financiamiento de la cultura debe ser un resultado estructural* y no coyuntural del valor real que esta tenga para la sociedad venezolana. Quiere esto decir, que la sociedad venezolana aplicará sus recursos a la cultura, en lo que respecta a la posibilidad del aporte público y/o privado, en la medida en que la considere un *bien neto* para ella misma, en términos del bienestar de la sociedad o la ciudadanía. Por tanto dependerá de cómo y hasta qué punto la sociedad venezolana perciba que la cultura es un bien necesario y concreto para que se produzca una función visible de mecenazgo, traducido en recursos cuantificables, en torno a la utilidad de financiarla.

De fondo, este argumento se apoya en la idea que, más allá de la utilidad individual del disfrute del arte, una sociedad que valora la cultura y cuyos individuos han aprendido a disfrutarla, usualmente porque el sistema educativo la toma en serio y porque existen institucio-

nes (teatros, salas de cine y música, museos y bibliotecas) que complementan esa educación, obtiene amplios beneficios sociales de ello. Surgen las cuestiones acerca de quien debe asumirlo y en que forma puede hacerse más eficiente.

Por otra parte, desde hace muchos años los latinoamericanos se han preocupado por el papel que las actividades culturales desempeñan en la economía y, por los problemas económicos de la cultura. Si en las décadas anteriores el tema del financiamiento cultural hacía parte de las recomendaciones de las diferentes conferencias intergubernamentales de la UNESCO, su articulación con la “economía de la cultura” o “economía de la información” y, más cerca con la “demanda cultural y la formación de públicos”, enriqueció tanto la investigación cultural, como las distintas propuestas para asumir los desafíos de la inversión cultural.

Se están redefiniendo las fronteras entre lo público y lo privado, con la ruptura de los esquemas sobre los que se asentaba el Estado del Bienestar y, el nuevo reparto de los papeles del estado y de la sociedad sobre nuevas bases conceptuales e ideológicas. En este marco de reducción del gasto público, vuelve aparecer el *mecenazgo y patrocinio*, bajo la atenta mirada reguladora y promotora de los Estados. En consecuencia, el debate de fondo deberá definir cuál es el papel del Estado y de la iniciativa privada en la vida cultural: los recursos económicos aportados y consumidos por cada uno de ellos y, las orientaciones prioritarias de la oferta cultural.

En tal sentido, el financiamiento o la inversión de la cultura conjuga recursos de diverso origen, de los cuales, el mecenazgo así como el auspicio son conceptos asociados al aporte de recursos financieros, o de bienes artísticos materiales o técnicos, para el desarrollo de actividades culturales, por parte del sector privado. Ahora bien, *¿qué se entiende exactamente por mecenazgo?* El objeto de nuestro estudio, es precisamente, el mecenazgo cultural en Venezuela. Aludimos indistintamente, en nuestra investigación, al *mecenazgo cultural como aquellas actuaciones culturales promovidas por sociedades económicas con el fin de promocionar su imagen de marca. El sector privado empresarial devuelve a la comunidad un beneficio que ha obtenido de ella. No se obtiene, por tanto, una contraprestación econó-*

*mica directa, sino un beneficio de difícil cuantificación en imagen, publicidad, relaciones institucionales, reconocimiento y solidaridad social, etc.*

El creciente desarrollo del mecenazgo empresarial así concebido propicia logros importantes para la vida cultural, como la ampliación de la oferta cultural y su acercamiento a la demanda ciudadana, la modernización de los sistemas de gestión de los servicios culturales, la creación de redes asociativas integradas por creadores, empresarios, medios de comunicación y responsables públicos y, sobre todo, la superación de la tradicional disociación entre economía y cultura. Este encuentro necesario entre la creatividad y el público, entre la oferta y la demanda, es la dimensión económica de la cultura. De igual manera, es esencial la integración del mecenazgo en las reglas ordinarias de la gestión empresarial.

Así mismo, existe un consenso mundial en la necesidad de que el Estado y el sector privado compartan el esfuerzo de fomento de la cultura y las artes y, de protección del patrimonio cultural. Por eso, una gran cantidad de países ha aplicado fórmulas que estimulan e incentivan los auspicios (al que, en una gran cantidad de países, se le llama "patrocinio") y el mecenazgo. Se apela, por una parte, al concepto de *responsabilidad social* y, por otra, al de *inversión rentable*, ya que los auspicios contribuyen a mejorar la imagen corporativa de una empresa.

Las cifras de participación del sector privado suelen ser altas en las naciones más ricas y con mayor tradición benefactora, como algunas europeas y Estados Unidos. En esos países los individuos se asocian en organizaciones sin fines de lucro y se enrolan como "voluntarios" para múltiples objetivos de "beneficencia", entre los cuales se cuenta el fomento de la cultura y el resguardo del patrimonio tangible e intangible.

### **I.1.- Nuevos Mecenazgos: el financiamiento de las artes y la cultura**

En América Latina, si bien no existe aún masivamente la práctica de *las donaciones*, en las últimas dos décadas algunos países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Venezuela, impulsan la participación del sector privado en el financiamiento de la cultura a través de distintos mecanismos. Generalmente se ofrecen *rebajas de impuestos*. Aunque también se han establecido *fondos mixtos*, en los cuales participan



Las cifras de participación del sector privado suelen ser altas en las naciones más ricas y con mayor tradición benefactora, como algunas europeas y Estados Unidos.

En esos países los individuos se asocian en organizaciones sin fines de lucro y se enrolan como "voluntarios" para múltiples objetivos de "beneficencia", entre los cuales se cuenta el fomento de la cultura y el resguardo del patrimonio tangible e intangible.



los sectores privado y público. Sin embargo, la idea de integrar activamente a la sociedad "civil" no ha tenido el mismo éxito en todos los países. Lo cierto es que, las áreas de aplicación de las políticas culturales son muchas y tiene diversos tratamientos en cada país, pero uno de los parámetros que convierten las palabras en realidad es la legislación. Veamos.

- Al respecto, en Brasil, los instrumentos federales principales son la *Lei Rouanet* y la *Lei do Audiovisual*. La *Lei Rouanet* le permite a las empresas patrocinadoras un "abatimiento" de hasta 4% en el impuesto de la Renta. El proyecto a financiar debe estar aprobado por el Ministerio de Cultura, debe presentarse a la *Coordenação Geral do Mecenato* y ser aprobado por la *Comissão Nacional de Incentivo a Cultura*. La *Lei do Audiovisual* permite el descuento fiscal del 3% para personas jurídicas y de 5% para personas físicas en el mismo impuesto de la renta. En este caso, los

proyectos deben ser vistos por la Secretaría para o Desenvolvimento do Audiovisual, en Brasilia. En el estado San Pablo también existe la *Lei de Incentivo a Cultura* y la *Lei Mendonca* es municipal. Brasil vive un inédito boom de patrocinios a partir de la ley Rouanet, que tuvo su implementación final en el 95. Esta vino a remendar la ley Sarney, de 1986, que motivó desde el patrocinio a Xuxa hasta el tráfico de desgravaciones. Con sus tres enmiendas, la ley llevó el monto de los aportes en cultura de 14 millones a 270 millones de reales entre el 94 y el 98. Sólo en el año 1999, el patrocinio alcanzó los 125 millones. Cada millón invertido creó 160 empleos.

- Chile, entre sus leyes y proyectos cuenta con la *Ley de Donaciones con fines culturales*, la *ley Valdés*, la *Ley de Fomento del Libro y la Lectura* y el *Fondo de Desarrollo de las Artes* (FONDART). El FONDART tiene dos líneas de financiamiento: una es nacional y está dedicada a los proyectos de creación y producción artística y, la otra es regional, para iniciativas de difusión y rescate de manifestaciones tradicionales, eventos, patrimonio e infraestructura. En 1997 el aporte de las empresas al arte, mediante la Ley de Donaciones y otras franquicias tributarias, fue de siete mil millones 491 mil pesos (Fuente: La empresa en el arte-1997, Corporación Amigos del Arte). Este dinero constituye el grueso del financiamiento para los proyectos que desarrollan corporaciones y fundaciones culturales, bibliotecas públicas, universidades e institutos de educación superior. Tal patrón se repite en los distintos países donde existen leyes que favorecen el mecenazgo cultural. Sin embargo, en Chile - a diferencia de otros lugares - el número de personas que contribuyen a la cultura, incentivadas por la ley *ad hoc* aún es muy escaso.

- Por su parte, en México fue creado, en 1988, el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA). Su misión es favorecer el desarrollo de la creación independiente y su patrimonio está integrado por recursos fiscales y contribuciones del sector privado deducibles del impuesto a la renta. Una de sus líneas de trabajo es la de "coconversiones culturales". Esto significa que el FONCA entrega aportes a iniciativas que cuentan con la mitad del financiamiento necesari-

rio para su realización.

El gran desarrollo de la filantropía en el Reino Unido y los Estados Unidos, además de responder a un sistema político en el que se ha rechazado la intervención del gobierno central en áreas que pueden ser asumidas por las organizaciones de la comunidad o en último caso por los gobiernos municipales, ha sido facilitado por un sistema tributario que estimula en diversas formas la donación filantrópica y el gasto cultural.

- Reino Unido: Business Sponsorship Scheme (BSIS). Creado en 1984 por el ministerio de cultura británico. El objetivo del programa es conseguir que aquella empresa que nunca han patrocinado lo hagan, y que las que ya han patrocinado al sector cultural, pero durante menos de tres años, incrementen su apoyo y creen continuidad en sus actividades de patrocinio. El programa está gestionado por la ABSA (Association for Business Sponsorship) una asociación empresarial privada cuyo objetivo es fomentar el patrocinio empresarial de la cultura, pero los fondos del programa son públicos. Los tipos de beneficio que la empresa debe obtener de su patrocinio y la cofinanciación pública son: desgravación fiscal, publicidad, mayor participación en la cultura y prestigio. El uso de la ayuda es evaluado después del evento.

- Estados Unidos: National Endowment for the Arts (NEA). Creado en 1965, suple la falta de sector cultural público en EEUU. El NEA selecciona los proyectos culturales más adecuados a sus objetivos de diversidad cultural y calidad de actividades, y otorga subvenciones a los organismos culturales que obtienen por lo menos una ayuda equivalente privada. A diferencia del programa inglés, tanto organizaciones culturales como individuos pueden solicitar ayuda financiera. El NEA gestiona las aportaciones públicas aprobadas por el congreso americano. El comité "National Council for the Arts", compuesto por profesionales del ámbito cultural, asesora al NEA en la política y selección de todos los proyectos. La difusión del programa se realiza a través de organizaciones estatales culturales distribuidas en distintas regiones y localidades, y a través de un registro federal que lista para cada sector las posibilidades de obtener ayuda estatal.



El gran desarrollo de la filantropía en el Reino Unido y los Estados Unidos, además de responder a un sistema político en el que se ha rechazado la intervención del gobierno central en áreas que pueden ser asumidas por las organizaciones de la comunidad o en último caso por los gobiernos municipales, ha sido facilitado por un sistema tributario que estimula en diversas formas la donación filantrópica y el gasto cultural.



- Francia: CONSEIL SUPÉRIEUR DU MÉCÉNAT CULTUREL. El mecenazgo privado en Francia comenzó a tener auge a comienzos de los 80' cuando se instauraron medidas para impulsar las donaciones de empresas nacionales e internacionales. En 1983 se dictaron las primeras normas que permitían la deducción de impuestos por la adquisición de obras de arte y los gastos de mantenimiento, compra o reparación de monumentos históricos.

En 1987 se aprobó la Ley de Mecenazgo y Patrocinio, que establece los montos de las reducciones tributarias para quienes donen a organizaciones de interés general sin fines de lucro (personas o empresas). En 1990 fue modificada para permitir a sociedades civiles o comerciales, establecimientos públicos con carácter industrial y comercial, cooperativas y mutuales, la creación de fundaciones. Se creó también el Consejo Nacional de Fundaciones, cuya misión

es proponer a las autoridades públicas acciones tendientes al desarrollo del mecenazgo y reunir información sobre el funcionamiento de las fundaciones. La composición de este organismo es establecida por el Consejo de Estado. De acuerdo a las normas jurídicas francesas, los aportes pueden ser en dinero o en bienes (muebles e inmuebles); existen límites diferenciados para empresas y para individuos donantes. El porcentaje de rebaja es mayor para las personas naturales y también es más alto si la contribución se destina a asociaciones de reconocida utilidad pública. La ley establece distinciones entre mecenazgo y patrocinio (o auspicio). El patrocinio se entiende como una contribución económica a cambio de un beneficio (publicidad, por ejemplo), por lo que se asimila a una transacción comercial y se aplican las normas correspondientes a este rubro.

El Ministerio de Cultura y Comunicaciones de Francia se reserva la gestión de temas fundamentales, como el patrimonio cultural y el incentivo y difusión de la creación; pero también delega tareas relevantes en estructuras asociativas y en organizaciones de derecho privado. Algunas de éstas son: fondos regionales de arte contemporáneo cofinanciados por el Estado, destinados a la adquisición de obras de arte; institutos y centros de formación de música y danza; centros dramáticos nacionales y centros de arte contemporáneo, que desarrollan una política de búsqueda y de experimentación, con exposiciones, ediciones y subsidios a los artistas. Además, depende del Ministerio el Consejo Superior del Mecenazgo Cultural, integrado por artistas, expertos en arte, jefes de empresas y personas designadas, cuya misión es promover el mecenazgo cultural. El Consejo selecciona proyectos culturales "ejemplares" y dispone fondos públicos para organismos culturales que han conseguido apoyo financiero privado.

- En el caso de Alemania, hasta hace dos décadas el financiamiento de las actividades culturales descansaba fundamentalmente en el sector público pero, en forma progresiva, se ha ampliado el papel del sector privado, que ejerce el mecenazgo o el auspicio recibiendo a cambio reducciones en sus impuestos. Para acceder a estas compensaciones es preciso contribuir con instituciones culturales calificadas, de bien público, pero

también se puede rebajar el impuesto si se prueba que el aporte será ocupado en un fin de interés social. En 1991 se creó una Ley sobre Cultura y Fundaciones, que permite a éstas descontar impuestos de las sumas superiores a los 50 mil marcos, destinadas a promover la ciencia y el arte. La bonificación se recibe por la entrega de dinero o bienes y por gastos de mantenimiento de edificios históricos (en ese caso se autoriza a pagar un diez por ciento menos de impuestos). Además, las obras de arte no pagan Impuesto al Valor Agregado si se facilitan para su exhibición pública durante cinco años o si se adquieren en vida del artista.

Alemania posee una estructura federal y las competencias estatales se dividen entre el poder central (Bund: formado por el gobierno Federal y el Parlamento) y los estados federados. También los municipios tienen un papel muy importante. De hecho, son los Concejos Municipales los que deciden las políticas que deben desarrollar organismos como los teatros municipales. Actualmente, se ha llegado a una especie de financiamiento mixto en las artes. Algunas actividades reciben mayor subsidio estatal que otras. Por ejemplo, las artes visuales y la literatura son consideradas más comerciales que la música y el teatro y se supone que deben sustentarse a través del mercado. Sin embargo, el Estado apoya a instituciones y organizaciones literarias de carácter nacional como el Fondo Literario Alemán, la Biblioteca Alemana y la Academia Alemana de la Lengua. Del mismo modo, museos e Institutos de Artes de importancia reciben subsidio fiscal, a través de los municipios o de las federaciones.

Un rol importante ha jugado el Círculo Cultural de la Economía Alemana, integrado por la Federación de Industrias Alemanas (BDI), fundado en 1991. Está integrado por representantes de empresas, bancos, compañías de seguros y particulares. Aporta recursos destinados al auspicio de jóvenes artistas y coopera con fundaciones privadas y públicas dedicadas al fomento del arte y la cultura. Una de las objeciones al sistema de auspicio empresarial es el carácter conservador de los donantes.

• Otro ejemplo interesante, es el caso de España; la Ley 30/1994, de 24 de noviembre, de Fundaciones y de Incentivos Fiscales a la Participación Privada

en Actividades de Interés General, actualiza y sintetiza el anteriormente disperso y anticuado régimen tributario de este sector, aportando una esperada seguridad y claridad, y apuesta por otorgar un mayor y más decisivo apoyo económico al patrimonio cultural español. Ante la crisis del Estado del Bienestar y el cambio de planteamiento sobre su papel, y partiendo de la incapacidad del sector público para asumir en exclusiva el sostenimiento del extenso patrimonio arquitectónico y cultural español, la ley trata de canalizar recursos privados mediante incentivos al patrocinio y mecenazgo, en un intento de implicar a la sociedad civil en una tarea que en el futuro habrá de asumir de forma creciente.

Se opta por un modelo que, mediante el establecimiento de incentivos fiscales, pretende fomentar determinadas actividades de interés general de personas, entidades e instituciones, desde lo puramente benéfico y asistencial hasta lo cultural y artístico, a cambio de liberar de esta tarea a los poderes públicos. La ley aumenta sustancialmente las ventajas fiscales para ciertas entidades sin ánimo de lucro: tipo impositivo reducido en el Impuesto de Sociedades (10%, frente al 25% general) y exención de impuestos locales (Impuesto sobre Bienes Inmuebles e Impuesto sobre Actividades Económicas). Asimismo, se amplía la deducción (20%) en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y en la tributación de las personas jurídicas por las aportaciones a estas entidades, y se contemplan otras formas importantes de colaboración empresarial en el fomento de algunas artes.

La nueva Ley 43/1995, de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades, que opera como norma supletoria para los aspectos no regulados, confirma el régimen fiscal especial de estas entidades e incluye otro régimen de exención parcial para las entidades no lucrativas que no reúnan todos los requisitos exigidos en la Ley de Fundaciones.

Así tenemos que el mecenazgo de principios del siglo XXI muestra las siguientes tendencias de futuro (Cristina Jiménez, Elorriaga. 2001):

- Preocupación por lo social.
- Proximidad temática y geográfica de los proyectos con respecto a la actividad productiva de la empresa.
- Búsqueda de comunicación interna con el personal de la empresa.

- Un mecenazgo más profesionalizado. Personal formado académicamente y experiencia metodológica profesional. En la sociedad de la información, el capital humano desempeña un papel fundamental. Y, por ello, la formación de los creadores y los profesionales tiene un carácter estratégico.

- Evaluación de los resultados de la acción del mecenazgo respecto a los objetivos a tres niveles: trabajadores, propia empresa y público.

- Internacionalización del mecenazgo como corresponde a una economía y una cultura globalizadas.

- Emergencia de un mecenazgo profesional con iniciativa por parte de la empresa que define sus objetivos y luego busca protagonistas y no al revés, como corresponde al mecenazgo clásico.

- Definición profesionalizada de los proyectos a patrocinar, con una metodología impecable y un exhaustivo análisis coste - beneficio. El patrocinado ha de ponerse en la piel del patrocinador y utilizar su lenguaje.

- Consecuencias de negocio de una actividad en principio "altruista" como es la de mecenazgo (contactos, proyectos, etc.)

## II.- LA VALORACIÓN Y EL APOYO DEL SECTOR EMPRESARIAL AL DESARROLLO CULTURAL VENEZOLANO

En el caso de Venezuela y partiendo de esta perspectiva, durante las fechas del 20 de Abril al 20 de Junio de 2001, se realizó un estudio sobre el Mecenazgo Cultural, patrocinado por el VICEMINISTERIO DE CULTURA-CONAC, la Fundación POLAR, la Fundación BIGOTT, el Banco Central de Venezuela y la Corporación Andina de Fomento, bajo la dirección general del sociólogo Carlos Enrique Guzmán Cárdenas. El objetivo principal del estudio, fue determinar en términos exploratorios, *la actitud, disposición y motivación del sector privado empresarial* hacia la promoción, apoyo y desarrollo de actividades culturales, mediante el establecimiento de incentivos y beneficios fiscales en el contexto de una Ley de Mecenazgo.

Los objetivos adicionales fueron determinar algunos hallazgos y criterios analíticos, que pudieran orientar la política cultural del Estado Venezolano, con la finalidad de establecer en qué escenario se trabajaría mejor una Ley de Me-

cenazgo para los contribuyentes que apoyarán instituciones, grupos, organizaciones, fundaciones, programas, proyectos y actividades de manifiesto interés cultural.

Para el logro de los objetivos señalados, se acometió *la valoración y el apoyo del sector empresarial al desarrollo cultural venezolano*, sobre la base de once (11) áreas de interés, subdivididas a su vez en temas, orientados a conocer, reconocer y proponer fuentes alternativas de financiamiento para la cultura venezolana, a saber:

- Percepción de la situación general del país para la inversión.
- Actitud o disposición del Empresariado al Cambio.
- Principales cambios requeridos en Venezuela.
- Percepción y valoración, en el terreno empresarial, de la cultura como factor estratégico en el desarrollo integral de la sociedad venezolana.
- Percepción de la inversión cultural por parte del Sector Privado Empresarial.
- Conocimiento de las inversiones o gastos culturales del sector privado empresarial al proceso de creación y circulación de bienes y servicios culturales en Venezuela.
- Conocimiento y valoración que tiene el sector privado empresarial de la Gestión Pública Cultural.
- Conocimiento y valoración que tiene el sector privado empresarial de los Entes Tutelados y Adscritos del ViceMinisterio de Cultura y CONAC.
- Incentivos (alivios) fiscales para la inversión cultural en Venezuela.
- Conocimiento del Proyecto de Ley de Mecenazgo.
- Apoyo al Proyecto de Ley de Mecenazgo.

El estudio realizado fue de tipo cuali-cuantitativo, utilizando la técnica de la entrevista personal y directa, mediante cuestionarios estructurados en función de los objetivos planteados. El diseño de la muestra fue aleatorio estratificado, donde cada grupo o estrato está conformado por los sectores comerciales e industriales del país.

Por otra parte, el tamaño de la muestra estuvo compuesta por 40 entrevistas, realizadas a Presidentes, Vice-Presidentes o Alta Gerencia de grandes empresas (más de 100 empleados) que tengan alcance en el ámbito nacional y posean oficinas en Caracas. De

modo que, se propuso para el estudio, conformar una lista de un número representativo de compañías del sector privado empresarial, que desarrollan sus actividades dentro de los 27 segmentos económicos más grandes del país, es decir:

1. Industria petrolera y derivados
2. Industria química y farmacéutica.
3. Sector de las Telecomunicaciones.
4. Tecnologías de Información y Comunicación.
5. Fabricantes de equipos electrónicos, fotográficos y de copiado.
6. Consumo Masivo.
7. Dulces, snacks, pasapalos y helados.
8. Cadenas de comida rápida.
9. Cadenas de hiper/supermercados (autotomercados).
10. Cadenas de farmacia y perfumería.
11. Industria textil, vestido y calzado (textil, confección y fabricantes de calzado).
12. Cadenas de retail (de tiendas).
13. Electrodomésticos (artefactos eléctricos y partes).
14. Industria automotriz.
15. Sector del Transporte.
16. Sector Energía.
17. Sector de la Metalurgia.
18. Agencias de Publicidad.
19. Artes Gráficas.
20. Distribuidores Cinematográficos y video.
21. Industria de pulpa, papel y cartón.
22. Industria Editorial.
23. Materiales de construcción.
24. Sector Financiero.
25. Mercado de Capitales (casas de bolsa, fondos mutuales).
26. Compañías de Seguros (aseguradoras).
27. Sector Bienes inmuebles y servicios.

Fueron seleccionadas aquellas grandes empresas que son emblemáticas del sector privado, cuyas sedes se encuentran en Caracas y, que tienen un radio de acción en el ámbito nacional. De esta manera, se garantiza que el estudio sea representativo de una "visión" nacional sobre la responsabilidad social de las empresas líderes, el mecenazgo y la cultura en Venezuela.

### II.1. - El mecenazgo cultural venezolano: hallazgos representativos del estudio

Los hallazgos más representativos encontrados tras el procesamiento de la información fueron los siguientes:

#### II.1.1. - El país y la cultura

• Las tres áreas de mayor interés valoradas por el Sector Privado para la participación y solidaridad empresarial en Venezuela fueron: Educación (67%), Cultura (44%) y Salud (33%); es decir, 67% de los líderes empresariales consultados, consideran que la principal área de interés para el país, es la *calidad de la educación*, seguido de un 44% para el *Desarrollo de la Cultura*.

• En términos de la valoración que el sector privado empresarial asigna a la cultura y las artes, el 97% está *de acuerdo* en que *contribuyen a mejorar la calidad de vida del venezolano*, traducido en un efecto positivo para el prestigio e imagen de la empresa privada nacional en cuanto a la responsabilidad social que tiene. Así mismo, el 100% en que el sector privado *si debe intervenir* en el financiamiento de la cultura.

• Un 84% de los entrevistados están muy de acuerdo que el financiamiento cultural contribuye al desarrollo integral de la sociedad venezolana como "*inversión social*".

• 86% de los entrevistados, están *en desacuerdo* en considerar al financiamiento de la cultura como "un gasto" y un 78% afirman que la participación del sector privado en la cultura sería superior si establecieran estímulos e incentivos fiscales.

• De igual modo, un 84% de los entrevistados están *muy de acuerdo* en la necesidad de propiciar la inversión privada en la cultura, pero que en ningún caso deben sustituir las modalidades de inversión preexistentes, sino complementar el esfuerzo que en esta materia se realiza y, 100% en que el sector privado *si debe intervenir* en el financiamiento de la cultura.

• En términos generales, los líderes empresariales objeto de esta investigación, *valoran positivamente* el financiamiento y la inversión cultural en el país.

#### II.1.2. - Las inversiones privadas y la cultura

• Las instituciones culturales más conocidas por los empresarios son: la Fundación POLAR (87%) y la Fundación BIGOTT (74%) de carácter privado y, el

Museo de Arte Contemporáneo Sofía Imber (de carácter público) con 41% respectivamente.

- La Fundación Polar (43% Top of mind y 87% conocimiento total), es la empresa que se presenta como la institución privada que brinda *mayor apoyo* al sector cultural y artístico del país, en cuanto a respaldo financiero, promoción y desarrollo de programas.

- La Fundación Bigott (27% Top of mind y 74% conocimiento total), es la segunda fundación privada con una imagen de *liderazgo cultural* que brinda apoyo al sector cultural y artístico del país, mediante donación, patrocinio y cualquier otra forma de respaldo financiero.

- La prensa (81%) es el medio más efectivo, para la divulgación de información sobre aportes, donaciones, recursos y actividades culturales realizadas por las Empresas o Fundaciones Privadas. Le sigue con 70% la televisión.

- Una gran mayoría del empresariado nacional (89%) consideran que los aportes dados por las Empresas y las Fundaciones son beneficiosos para la colectividad.

### II.1.3. – Percepción, valoración y disposición del sector privado cultural

- La Fundación Museo de Arte Contemporáneo de Caracas Sofía Imber (41%) y la Fundación Teresa Carreño (39%) son las instituciones con mayor nivel de recordación, entre los líderes empresariales entrevistados.

- 53% de los entrevistados *no saben/no conocen de manera espontánea* las instituciones públicas del Estado Venezolano para la gestión cultural. Sin embargo, el 81% de los líderes empresariales que participaron en el estudio de mecenazgo, manifiestan estar dispuesto a colaborar y apoyar financieramente a los Entes Tutelados y Organismos Adscritos del VICEMINISTERIO DE CULTURA-CONAC, a través de fondos propios, donaciones, patrocinios y afiliaciones.

- Como *primera mención*, la *educación* es la principal prioridad para la cultura que la empresa privada (41%) estaría dispuesta a financiar. Sin embargo,

esta acumula un 51% del total de las menciones de los líderes empresariales. Como *segunda mención*, las *artes* es la principal prioridad para la cultura que la empresa privada (14%) estaría dispuesta a financiar. Suma un total en las menciones de 20%. Como *tercera mención*, aparece *la cultura popular* con un 8% en las preferencias de los empresarios que estarían dispuesta a financiar. Aparece en el total de las menciones con un 14%.

- Las tres razones fundamentales para invertir en materia cultural, por parte del sector privado empresarial, son el *rescate del conocimiento cultural* (20%), la *responsabilidad social* (10%) y la *educación* (7%).

- El 73% de los empresarios que participaron en este estudio, tienen conocimiento de los beneficios fiscales que posibilitan la deductibilidad fiscal a través de los cuales se pueden promover y financiar el apoyo del sector privado a la cultura del país.

- El principal incentivo (56%) percibido por las empresas y fundaciones privadas que colaboren, apoyen, auspicien, patrocinen y subvencionen actividades, obras y proyectos culturales en el país, es la exoneración del pago de impuestos.

- 84% de los líderes empresariales que fueron consultados están *dispuestos a apoyar el Proyecto de Ley de Mecenazgo*, no obstante, que el 57% *no sabe de que se trata, ni la oído nombrar*. Un 70% de los empresarios, expresaron estar *muy de acuerdo*, que es un instrumento que contribuye a mejorar la imagen de las empresas privadas en las comunidades bajo el criterio de solidaridad y responsabilidad social. Es importante resaltar, que de acuerdo a esta investigación, la visión empresarial que domina es la de apoyar una Ley de Mecenazgo que significa para ellos *un compromiso social con la comunidad*.

- El tipo de actividades culturales que debería contemplar la Ley de Mecenazgo, de acuerdo a la visión empresarial, son fundamentalmente el problema ecológico ambiental (41%), el patrimonio cultural (35%), las infraestructuras culturales (32%), promoción de las culturas populares (30%) y acceso a la sociedad del conocimiento (30%). ■

### ■ Carlos Guzmán Cárdenas

Sociólogo. Miembro del consejo de redacción de *Comunicación*

### BIBLIOGRAFÍA

- BANCO CENTRAL DE VENEZUELA (2001): "Seminario Internacional. Inversión Cultural: Los Nuevos Escenarios". Caracas, Venezuela. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. ViceMinisterio de Cultura-CONAC. 29 y 30 de Marzo de 2001. mimeografiado.
- CASTELLS, Manuel (1998): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. La Sociedad Red. España, Alianza Editorial.
- El Patrocinio, una nueva fórmula de comunicación empresarial (2000). Navarra, España. CEIN, S.A. 17 de mayo de 2000.
- FONDO NACIONAL DE LAS ARTES (1999): "Seminario Internacional sobre Economía de la Cultura. Mecenazgo". Buenos Aires, Argentina. Fondo Nacional de las Artes.
- GRAMP, William D. (1991) "Arte, inversión y mecenazgo: un análisis económico del mercado del arte". Barcelona, España. Editorial Ariel, S.A.
- GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2000): "La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión". En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación Bigott y Fundación Polar. Cultura y Recuperación Nacional. Memoria del Seminario. Caracas, Venezuela. Editorial Arte. 1ra. Edición. pp. 104-128.
- ——— (2000a): "La topografía del poliédrico mercado cultural y comunicacional en Venezuela". Manizales, Colombia. Universidad de Manizales, Revista Escribanía. N° 5. Julio-Diciembre, pp. 56-66.
- ——— (2000b): "Industria cultural venezolana. El ocio que produce dividendos. Primera Parte". Caracas, Venezuela. Invermedia C.A. Revista Inversiones. N° 208, octubre, pp. 44-50.
- ——— (2000c): "Industria cultural venezolana. El ocio que produce dividendos. Segunda Parte". Caracas, Venezuela. Invermedia C.A. Revista Inversiones. N° 209, noviembre-diciembre, pp. 72-78.
- KOTLER, Neil y Philip Kotler (2001): "Estrategias y marketing de museos". Barcelona, España. Editorial Ariel, S.A.

# Acceso, libertad y debate en el derecho a la comunicación

## **Resumen**

*El estudio realiza una revisión, con perspectiva de Derechos Humanos, de las principales consideraciones jurídicas del derecho a la comunicación a partir de tres categorías: el acceso a la información, la posibilidad de la expresión y debate público de las ideas e informaciones. Examina los avances legislativos, en Venezuela y en el contexto del sistema interamericano y de Naciones Unidas, y sus consecuencias en la esfera de los medios de comunicación.*

## **Abstract**

*The study makes a review, within human resources perspective, of main legal issues about the right to the communication beginning for three categories: information access, possibility to the expression and public discussion of ideas and info. It also examines the legislation incomes in Venezuela, in the Latin American and ONU context, and its consequences for the global communication media.*

■ **Carlos Correa**

**L**a discusión acerca de los conceptos de soberanía y la jurisdicción internacional sobre temas de derechos humanos es un tema recurrente en la agenda pública cotidiana: desde las implicaciones de la detención de Augusto Pinochet en Londres por solicitud de un fiscal español, pasando por el desconocimiento del gobierno de Fujimori de las instancias interamericanas cuando se inició un proceso judicial en contra del estado peruano (Ivcher Bronstein) y la iniciativa para constituir un Tribunal Penal Internacional. Los derechos humanos, su respeto, protección y promoción no están atados a las soberanías nacionales es un legado común de la humanidad. En el conjunto de tratados y disposiciones internacionales relativos a los Derechos Humanos, encontramos referencias explícitas a la libertad de expresión y a la información.

En el informe Mc Bride, preparado por un comité de expertos para la UNESCO, se señalan los derechos inherentes a las personas y que están vinculados con el derecho a la libertad de expresión y la información:

a) El derecho a saber, es decir, a ser informado y a buscar libremente cualquier información que se desee obtener, en particular cuando se refiere a la vida, al trabajo, o a las decisiones que hay que adoptar a la vez individual-



mente y como miembro de la comunidad; la negativa a comunicar una información o la divulgación de una información falsa o deformada constituyen una infracción a este derecho;

b) El derecho del individuo a transmitir a los demás la verdad, tal como la concibe, sobre sus condiciones de vida, sus aspiraciones, sus necesidades y sus quejas; se infringe este derecho cuando se reduce al individuo al silencio mediante la intimidación o una sanción, o cuando se le niega el acceso a un medio de comunicación;

c) El derecho a discutir: la comunicación debe ser un proceso abierto de respuesta, reflexión y debate; este derecho garantiza la libre aceptación de las acciones colectivas y permite al individuo influir en las decisiones que toman los responsables<sup>1</sup>

Estas tres categorías (acceso a la información, posibilidad de expresarse y debate público) realizadas para estudiar los principales problemas de la comunicación en la década de los años ochenta, siguen vigentes para interpretar los desafíos en este inicio del siglo XXI. Este trabajo estudia, desde una perspectiva de Derechos Humanos, los avances legislativos y consideraciones prácticas del desarrollo de cada una de estas dimensiones o categorías, en el ámbito nacional y los avances en la jurisprudencia interamericana.

## **ANTECEDENTES JURÍDICOS**

La Libertad de Expresión es uno de los Derechos Humanos consustanciales al régimen democrático y se incluye con diversas modificaciones desde la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano en el contexto de la Revolución Francesa<sup>2</sup>. Igualmente, en las diversas Constituciones de la República de Venezuela se incorporó el concepto de la libertad de pensamiento como inherente al modelo político de la sociedad venezolana<sup>3</sup>.

En la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela 1999, este derecho está incluido de modo extendido y existen varios artículos que afectan, positiva o negativamente, su ejercicio. El artículo 57 desarrolla el referido a la libertad de expresión y el

“

La Libertad de Expresión es uno de los Derechos Humanos consustanciales al régimen democrático y se incluye con diversas modificaciones desde la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano en el contexto de la Revolución Francesa. Igualmente, en las diversas Constituciones de la República de Venezuela se incorporó el concepto de la libertad de pensamiento como inherente al modelo político de la sociedad venezolana.

”

58 incluye la necesidad de las personas a recibir información, así como la réplica y rectificación. Del mismo modo en otros artículos se garantiza a los ciudadanos el acceso a la información pública e impone taxativamente a los funcionarios la responsabilidad de informar y ofrecer el acceso a los archivos y registros públicos<sup>4</sup>.

Artículo 57 Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura. Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa.

Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades.

Artículo 58 La comunicación es libre y plural y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como a la réplica y rectificación cuando se vea afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral.

El artículo 58 establece directamente la posibilidad de la rectificación y réplica para todas aquellas personas que se vean afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Este artículo posibilita la participación de las personas en los medios para reaccionar ante informaciones que les afecten. Cabría desarrollar mediante una acción legislativa los alcances de esta afectación que podría encontrar una interpretación restrictiva para limitar la posibilidad de la réplica y rectificación, o ampliar el concepto hasta para referirse a ideas que pueden resultar insultantes y que atropellan a la propia persona. En Argentina encontramos alguna decisión que extiende la afectación personal incluyendo aspectos relacionados con la religión y la fe.

Además de las consideraciones explícitas en la Constitución Venezolana también existe la posibilidad de recurrir a los tratados internacionales por cuanto todos aquellos debidamente suscritos forman parte de la legislación interna conforme a lo establecido en el artículo 23. Allí se establece que esos acuerdos incluso prevalecen sobre la constitución sobre la base del principio de progresividad<sup>5</sup>.

En artículo 31 de la Constitución venezolana, se reconoce el derecho de las personas a recurrir a las instancias internacionales y las obligaciones de Estado para aplicar las decisiones y consideraciones de estas instituciones internacionales en el orden interno.

En el marco de las regulaciones internacionales existe un conjunto de

convenciones, tratados y pactos que tienen implicaciones directas en el derecho interno. En 1948, después de una larga tarea de diálogo y concertación se aprobó la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, y en su artículo 19 consagra el Derecho Humano a la Información:

Art. 19: Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión, este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Posteriormente, en 1950, en la Declaración Europea de los Derechos del Hombre, se establecieron conceptos análogos sobre la libertad de información.

Lo mismo se incluye en la Declaración Americana de Derechos y Deberes del Hombre, bajo el título de "Derecho de libertad de investigación, opinión, expresión y difusión", que considera:

Art. 4: Toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, de opinión y expresión y de difusión del pensamiento por cualquier medio.

La Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica, suscrita en 1969 y ratificada posteriormente por la mayoría de los países de América, contempla en distintos artículos a este derecho:

Art. 13: Libertad de pensamiento y de expresión:

1.- Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. - El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura, sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar previamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

a) El respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o

“

El derecho a la libertad de pensamiento y la posibilidad de expresarla, es un legado de la tradición de la modernidad política que está asociado al resurgimiento de los valores democráticos que reivindica el derecho a ser libres, uno de los valores que proclamó la revolución francesa.

”

b) La protección de la seguridad nacional, el orden público, la salud o la moral públicas.

3. - No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres o aparatos usados en la difusión de información, o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

4. - Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

5. - Estará prohibida por ley toda propaganda a favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, religión, idioma u origen nacional.

Art. 14: Derecho de rectificación o respuesta:

1. - Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley.

2. - En ningún caso la rectificación o respuesta eximirán de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido.

3. - Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial.

Las resoluciones y tradición jurídica de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y la Corte Interamericana de Derechos Humanos, es importante fuente para la interpretación adecuada de las consecuencias de los artículos de la Convención Americana. Sus resoluciones y opiniones obligan a los Estados que reconocen su jurisdicción y ese es el caso de Venezuela. Las interpretaciones locales tienen que ajustarse a esa tradición o se asume el riesgo de decisiones contrarias al Estado venezolano, en el sistema interamericano, con sus inmensos costos económicos, humanos y políticos.

En un contexto mundial, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, aprobado por las Naciones Unidas se expresa en términos muy similares en los artículos. 17, 19 y 20, agregando en el encabezamiento del 19 "Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones."

El derecho a la libertad de pensamiento y la posibilidad de expresarla, es un legado de la tradición de la modernidad política que está asociado al resurgimiento de los valores democráticos que reivindica el derecho a ser libres, uno de los valores que proclamó la revolución francesa. Es un derecho relevante e inherente a la persona y es transversal al ejercicio de los otros de-

rechos, se integra con libertades que son complementarias y refuerzan las consideraciones sobre la imposibilidad de dividir o parcelar a los Derechos Humanos.

Las restricciones de estos derechos tienen que desarrollarse de acuerdo a lo establecido en los instrumentos internacionales y en el caso de la libertad de expresión e información la Corte Interamericana de Derechos Humanos lo expresa claramente:

El abuso de la libertad de expresión no puede ser objeto de medidas de control preventivo sino fundamento de responsabilidad para quien lo haya cometido. Aún en este caso, para que tal responsabilidad pueda establecerse válidamente, según la Convención, es preciso que se reúnan varios requisitos, a saber:

a ) La existencia de causales de responsabilidad previamente establecidas,

b ) La definición expresa y taxativa de esas causales por la ley,

c) La legitimidad de los fines perseguidos al establecerlas, y

d) Que esas causales de responsabilidad sean "necesarias para asegurar" los mencionados fines.

Todos estos requisitos deben ser atendidos para que se dé cumplimiento cabal al artículo 13.2<sup>6</sup>.

### **ACCESO A LA INFORMACIÓN**

La libertad de expresión, tiene un conjunto de derechos que están correlacionados entre sí: el derecho a la información (en el caso venezolano: oportuna y verazmente), la libertad de pensamiento, la posibilidad misma de expresarla y reaccionar ante los mensajes que ofrecen los medios. Los funcionarios de Estado que ocultan información incurren en una violación a la posibilidad a que los ciudadanos puedan formarse su propia opinión libremente, por cuanto al tener límites a la información, ello condiciona las propias conclusiones y determinaciones de los ciudadanos que resultan igualmente limitadas. Este derecho está protegido taxativamente en la Constitución vene-

“

La libertad de expresión, tiene un conjunto de derechos que están correlacionados entre sí: el derecho a la información (en el caso venezolano: oportuna y verazmente), la libertad de pensamiento, la posibilidad misma de expresarla y reaccionar ante los mensajes que ofrecen los medios.

”

zolana en su artículo 143 y tiene referencias en varios otros (28, 110 y 117)

El Estado venezolano tiene una escasa voluntad para organizar la información que posee y ofrecerla así a los ciudadanos. En líneas generales ocurre todo lo contrario, se organiza para negarla o esconderla. Muchas veces los funcionarios no responden a las preguntas que le formulan periodistas para obtener datos precisos sobre la gestión pública<sup>7</sup>.

La capacidad de interlocución está determinada por el acceso a la información. La frase manida: "la información es poder", es sin duda auténtica por cuanto el acceso a los datos permite una mejor y adecuada respuesta ante los desafíos que enfrentan las personas. La toma de decisiones con datos fragmentados es un modo incrementar la tasa de error. La data pública es pa-

ra todos los ciudadanos y por ello debe procurarse que sea de dominio común. Ello conduce a desarrollar estrategias de facilitar el acceso tanto en su dimensión meramente fáctica como en las dimensiones relacionadas con la propia mediación. Es decir los datos deben adecuarse en forma y contenido para que los diversos ciudadanos puedan apropiarse de ellos.

El esfuerzo del Estado debe incluir los aspectos relacionados con la producción y organización de los contenidos y en la educación de los ciudadanos para que puedan comprender las informaciones. Los avances tecnológicos permiten técnicamente que los ciudadanos puedan generar su propia información, en contrapartida exige a los mismos ciudadanos apropiarse de herramientas para la búsqueda, selección y lectura crítica de los mensajes. Hay saturación en la oferta (desigualmente establecida con base a los criterios de mercado: capacidad adquisitiva) y ello requiere desarrollar destrezas para clasificar y priorizar los datos recibidos.

Adicionalmente a la deuda que tiene el Estado en la formación de los ciudadanos y la mora en el desarrollo de política de transparencia de la gestión pública, coexisten los intentos por democratizar el acceso a Internet<sup>8</sup>, con las negativas de funcionarios a suministrar datos acerca de la gestión pública.<sup>9</sup> En una sociedad globalizada que nos impone un modo tecnológico y cultural, los operadores del Estado venezolano asumen actuaciones que se corresponden con una subestimación de la sociedad venezolana y por ende de sus propios ciudadanos. Niegan datos a partir de un imaginario de pretendidas observaciones por parte de la colectividad. Prejudican y deciden que información consideran que debe negarse a la sociedad.

Subyace una cultura entre los funcionarios que niega la posibilidad de acceso a los eventos y a las propias informaciones. Todavía hay situaciones derivadas por la poca claridad en las regulaciones operativas y los criterios personales para la determinación de las normas de seguridad.<sup>10</sup>

Los funcionarios públicos tienen el deber de informar acerca de su propia

gestión y los datos no pueden esconderse o negarse. Los mecanismos de seguridad tienen que armonizar la necesidad de seguridad con la posibilidad de informar efectivamente. Todo ello está señalado en la Constitución venezolana:

Artículo 143. Los ciudadanos y ciudadanas tienen derecho a ser informados e informadas oportuna y verazmente por la Administración Pública, sobre el estado de las actuaciones en que estén directamente interesados e interesadas, y a conocer las resoluciones definitivas que se adopten sobre el particular. Asimismo, tienen acceso a los archivos y registros administrativos, sin perjuicio de los límites aceptables dentro de una sociedad democrática en materias relativas a seguridad interior y exterior, a investigación criminal y a la intimidad de la vida privada, de conformidad con la ley que regule la materia de clasificación de documentos de contenido confidencial o secreto. No se permitirá censura alguna a los funcionarios públicos o funcionarias públicas que informen sobre asuntos bajo su responsabilidad.

## LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y SUS CONSECUENCIAS

El derecho a la Libertad de Expresión requiere de medios donde hacerlo y un ambiente de garantías que no se traduzca en consecuencias penales o persecutorias que inhiba a las personas. El ejercicio de la expresión es una tarea de formación permanente para los ciudadanos. Conocer a los emisores y las particularidades de los medios es un ejercicio de educación permanente que permite el ejercicio de la tolerancia, al reconocer al otro en los medios. Ello se traduce en un refuerzo de la propia subjetividad con relación al otro, en diálogo y con los consiguientes cambios mutuos.

La posibilidad de expresarse exige medios para que cualquiera lo pueda hacer. El desarrollo de las nuevas tecnologías aumenta las posibilidades de establecer nuevos medios. La digitalización de las señales permite multiplicar el número de canales de radio y televisión. La simplificación de los procesos de edición redujo grandemente

“

El Estado venezolano tiene una escasa voluntad para organizar la información que posee y ofrecerla así a los ciudadanos. En líneas generales ocurre todo lo contrario, se organiza para negarla o esconderla. Muchas veces los funcionarios no responden a las preguntas que le formulan periodistas para obtener datos precisos sobre la gestión pública.

”

los costos de producción para los medios impresos y la distribución por Internet abrió opciones para la expresión de muchos grupos de interés que aspiran a una interlocución mayor en las sociedades contemporáneas.

La ilusión de mayores posibilidades choca de modo recurrente con las enormes desigualdades en el acceso (real y de capacidades de interpretación, búsqueda y selección). Existe en América Latina grandes sectores en pobreza, con analfabetismo y centrados en la propia subsistencia, con una fragilidad para asumirse como sujetos en este contexto de progresiva especialización técnica. Son los “infopobres”, los ahora denominados “excluidos”, los consabidos eufemismos para nombrar a los pobres en estos tiempos. Además hay temas o identidades que también reclaman participación en estas plazas públicas: grupos de interés

articulados sobre los derechos humanos, la perspectiva de género o el desafío ecológico y ambiental.

Los medios tradicionales de América Latina están muy concentrados y se observan articulaciones, fusiones y adquisiciones entre los medios y en consecuencia tenemos una abundancia redundante. Muchos medios que repiten los mismos contenidos. De allí que los Estados deben constituirse en promotores de iniciativas que aumenten las posibilidades reales de diálogo para los diversos sujetos. Mas medios que permitan que los excluidos puedan expresarse y relacionarse.

La libertad de expresión es un componente para equilibrar, ante el Estado, los derechos que las sociedades aceptan transar en beneficio de garantizar la convivencia de los ciudadanos. Junto a esta consideración está todo el sistema de garantías y los mecanismos de exigibilidad y justicia. La posibilidad de expresión de los ciudadanos permite el intercambio de información y pareceres, ello permite que cada uno pueda, en un escenario de equidad, formarse su propia opinión.

Los funcionarios públicos tienen que desarrollar políticas de comunicación que permitan ilustrar la tolerancia democrática, frente a los excesos de los medios, no puede responderse con excesos de Estado. Los funcionarios públicos al recurrir a las cadenas nacionales o al contratar espacios y programas para responder a los ataques de los medios incurren en una violación por el uso inadecuado de los instrumentos del Estado para defender su propia imagen o presionar a los medios de comunicación. Se observa una confusión reiterado entre las políticas de comunicación de Estado y los intereses personales y partidarios.

Desde 1998, en Venezuela, se registra una modalidad de incidentes relacionados con los medios de comunicación que consiste en la utilización de los medios del Estado, para la realización de cadenas de radio-televisión y cuestionar allí, de modo expreso, la opinión y tratamiento que ofrecen los medios a la gestión del gobierno. Algunos gobiernos regionales recurren a la contratación, con recursos públicos, de espacios televisivos y radiales para realizar este tipo de programas. Esta

situación contribuye a un clima de intimidación que no es favorable a la libre expresión, por cuanto los voceros están investidos de un poder delegado de la sociedad y algunos empresarios temen las repercusiones de una opinión e información independiente.<sup>11</sup>

La Relatoría sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana consideró, desde otra perspectiva, en su informe del año 2000 que estas expresiones, refiriéndose al presidente Chávez, constituyen un tipo de intimidación que afecta el normal desenvolvimiento de la libre expresión.

21. Por su parte, el Relator Especial quiere expresar su preocupación por algunas expresiones emitidas durante el año 2000 por el presidente de la República Bolivariana de Venezuela Hugo Chávez hacia la prensa. Los funcionarios públicos, como es el caso del presidente Chávez, deben defender, promover y garantizar una libertad de expresión plena. En ciertas circunstancias, las expresiones de los funcionarios públicos, en particular el Presidente, pueden crear un ambiente hostil para el ejercicio libre del derecho a la libertad de expresión. La Relatoría considera que algunas expresiones del Presidente Chávez durante el año 2000 podrían estar creando un ambiente de hostilidad que constituirían mecanismos de presión directa e indirecta sobre los medios de comunicación y comunicadores sociales. Debido a la fuerza ejemplar que tiene la figura del Presidente de la República, es indudable que sus expresiones pueden servir como modelo para otros funcionarios públicos de rango inferior, que consideren legítimo dirigirse en forma similar hacia los medios de comunicación.<sup>12</sup>

El derecho a la libertad de expresión establece una relación entre los ciudadanos. Los sujetos, colectivos o individuos, deberían tener la posibilidad de expresarse y los otros sujetos para conocer lo expresado. Lo dicho puede afectar a otros y ellos deben tener la posibilidad de reaccionar ante la inexactitud, ofensa o la mala intención. Las responsabilidades siempre tienen que ser ulteriores para los ciudadanos tengan la posibilidad también de valorar la pertinencia o no de un determinado mensaje y comunicador.

El activo más importante de los medios y periodistas es su propia credibilidad. Un medio o periodista que siempre es desmentido o rectificado, pierde el interés de los lectores y por ende desmejora sus propias posibilidades de permanencia en el mercado laboral o su presencia se convierte en marginal.

La censura y la prohibición son los mecanismos para pretendidamente garantizar que no se afecten la credibilidad y el honor de terceros o funcionarios de Estado, pero configuran un entramado que afecta la posibilidad real de la propia expresión. Por ello la jurisprudencia internacional establece que pueden existir sanciones a expresiones públicas o regulaciones de horario, pero que las mismas no pueden hacerse sobre la censura previa y que las repercusiones deben centrarse en el ámbito civil. Por ello los medios tienen que designar claramente un responsable por lo publicado. El efecto de un marco legislativo penal para limitar los excesos tiene como consecuencia un contexto de intimidación que se convierte en límite y restringe la posibilidad de expresarse y la información a los ciudadanos. Por ello muchos reiteran que hay que asumir los excesos de la libertad de expresión como un mal menor y que sólo el crecimiento de las capacidades de los ciudadanos pueden corregir adecuadamente.

El tema de las leyes de vilipendio ha sido tratado con profusión por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH, quien desarrolló la incompatibilidad de estas consideraciones jurídicas con la Convención Americana. En diversos documentos expone las consideraciones acerca de la relación entre los fundamentos de la libertad de expresión y el orden público.

Por último, y es esto lo que mayor importancia reviste, la Comisión observa que el fundamento de las leyes de desacato contradice el principio de que una democracia debidamente funcional es por cierto la máxima garantía del orden público. Las leyes de desacato<sup>13</sup> pretenden preservar el orden público precisamente limitando un derecho humano fundamental que es también internacionalmente reconocido como la piedra angular en que se funda la sociedad democrática. Las le-

yes de desacato, cuando se aplican, tienen efecto directo sobre el debate abierto y riguroso sobre la política pública que el artículo 13 garantiza y que es esencial para la existencia de una sociedad democrática. A este respecto, invocar el concepto de "orden público" para justificar las leyes de desacato se opone directamente a la lógica que sustenta la garantía de la libertad de expresión y pensamiento consagrada en la Convención.<sup>14</sup>

En las sociedades democráticas los funcionarios, que libremente optan a cargos públicos, tienen que someterse al escrutinio de la opinión de los ciudadanos y así deben desarrollar una mayor tolerancia a la crítica en beneficio de la transparencia en la gestión pública. La tolerancia implica el desarrollo de una "piel dura" (Sullivan contra *New York Times*) tanto para limitar las posibles acciones judiciales dado el poder que concentran en el ejercicio público de sus responsabilidades como para ofrecer una reacción respetuosa ante las críticas de las que sean objeto. También hay que considerar que cuentan con mayores posibilidades de participación en los medios, dada su consideración de figuras públicas.

La protección especial que brindan las leyes de desacato a los funcionarios públicos contra un lenguaje insultante u ofensivo es incongruente con el objetivo de una sociedad democrática de fomentar el debate público. Ello es especialmente así teniendo en cuenta la función dominante del gobierno en la sociedad y, particularmente, donde se dispone de otros medios para responder a ataques injustificados mediante el acceso del gobierno a los medios de difusión o mediante acciones civiles individuales por difamación y calumnia. Toda crítica que no se relacione con el cargo del funcionario puede estar sujeta, como ocurre en el caso de todo particular, a acciones civiles por difamación y calumnia. En este sentido, el encausamiento por parte del gobierno de una persona que critica a un funcionario público que actúa en carácter oficial no satisface los requisitos del artículo 13(2) porque se puede concebir la protección del honor en este contexto sin restringir la crítica a la administración pública. En tal sentido, estas leyes constituyen tam-

bién un medio injustificado de limitar el derecho de expresión que ya está restringido por la legislación que puede invocar toda persona, independientemente de su condición.

Es más, la Comisión observa que, contrariamente a la estructura que establecen las leyes de desacato, en una sociedad democrática, las personalidades políticas y públicas deben estar más expuestas —y no menos expuestas— al escrutinio y la crítica del público. La necesidad de que exista un debate abierto y amplio, que es crucial para una sociedad democrática, debe abarcar necesariamente a las personas que participan en la formulación o la aplicación de la política pública. Dado que estas personas están en el centro del debate público y se exponen a sabiendas al escrutinio de la ciudadanía, deben demostrar mayor tolerancia a la crítica.<sup>15</sup>

Los funcionarios públicos deberían tener, de acuerdo a estas consideraciones, una relación de mayor tolerancia a la crítica en la medida que ocupan un cargo de mayor responsabilidad. Se establece una relación proporcional, a mayor responsabilidad pública mayor posibilidad de escrutinio y por tanto mayor tolerancia a la crítica. La tolerancia implica limitar su capacidad de reacción utilizando los recursos de Estado, por cuanto el escrutinio público de sus acciones es propio del cargo que ocupan y es un derecho de los ciudadanos el ejercicio de la crítica y conocer las opiniones de otros ciudadanos.

En diversos informes y sentencias las instancias internacionales consideran las leyes de desacato como violatorias de los tratados internacionales. En el escenario de la Comisión de Derechos Humanos del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas se realizó una nueva serie de recomendaciones a los Estados miembros sobre el tema de la difamación:

a.- Derogar las leyes penales sobre difamación a favor de la vía civil;

b.- Limitar las sanciones por difamación para garantizar que coartan la libertad de opinión y expresión y el derecho a la información;

c.- Prohibir a los órganos gubernamentales

y a las autoridades públicas entablar demandas por difamación con el objetivo explícito de impedir críticas al Gobierno y ni siquiera mantener el orden público;

d.- Garantizar que las leyes sobre difamación tengan en cuenta la importancia del debate abierto sobre las cuestiones de interés público y el principio de que las personas públicas han de tolerar un grado de crítica más elevado que los ciudadanos particulares;

e.- Calificar de difamatorias solamente las opiniones que son patentemente exageradas;

f.- Estipular que los demandantes no deben demostrar la veracidad de una opinión o juicio de valor;

g.- Garantizar que la carga de la prueba recaerá en quien sostenga haber sido difamado y no en el demandado;<sup>16</sup>

La situación venezolana está en mora en el reajuste jurídico de las leyes que son incompatibles con la Convención Americana, en el caso de las leyes de desacato comprende a los siguientes artículos del código penal venezolano:

Artículo 223. El que de palabra u obra ofendiere de alguna manera el honor, la reputación o el decoro de un miembro del Congreso, o de algún funcionario público, será castigado del modo que sigue, si el hecho ha tenido lugar en su presencia y con motivo de sus funciones:

1. Si la ofensa se ha dirigido contra algún agente de la fuerza pública, con prisión de uno a tres meses.

2. Si la ofensa se ha dirigido contra un miembro del Congreso o algún funcionario público, con prisión de un mes a un año, según la categoría de dichas personas.

Artículo 225. Cuando alguno de los hechos previstos en los artículos precedentes se haya cometido contra algún funcionario público, no por causa de sus funciones sino en el momento mismo de estar ejerciéndolas, se aplicarán las mismas penas reducidas de una tercera parte a la mitad.

Artículo 226. El que de palabra o de obra ofendiere de alguna manera el

honor, la reputación, decoro o dignidad de algún cuerpo judicial, político o administrativo, si el delito se ha cometido en el acto de hallarse constituido, o de algún magistrado en audiencia, será castigado con prisión de tres meses a dos años.

Artículo 227. En los casos previstos en los artículos precedentes, no se admitirá al culpable prueba alguna sobre la verdad ni aun sobre la notoriedad de los hechos o de los defectos imputados a la parte ofendida.

Artículo 228. Las disposiciones establecidas en los artículos precedentes, no tendrán aplicación si el funcionario público ha dado lugar al hecho, excediendo con actos arbitrarios los límites de sus atribuciones.

Artículo 229. En todos los demás casos no previstos por una disposición especial de la ley, el que cometa algún delito contra un miembro del Congreso o cualquier funcionario público, por razón de sus funciones, incurrirá en la pena establecida para el delito cometido, más el aumento de una sexta a una tercera parte.

Otro tanto ocurre con los siguientes artículos del Código de Justicia Militar que son los que permitieron el juicio de Pablo Aure<sup>17</sup>:

Artículo 502. El que amenace u ofenda de palabra o gestos al centinela, será castigado con arresto de seis meses a un año. Si el hecho se cometiere en campaña la pena será de uno a dos años de prisión.

Artículo 505. Incurrirá en la pena de tres a ocho años de prisión el que en alguna forma injurie, ofenda o menosprecie a las Fuerzas Armadas Nacionales o alguna de sus unidades.

## DEBATE Y PARTICIPACIÓN

Los medios son las nuevas plazas para el desarrollo de la ciudadanía, no son las únicas pero son cada vez más importantes. Si bien no todos los ciudadanos podrían participar directamente en los medios, la pluralidad de las corrientes de pensamiento político, cultural y social tienen que contar con canales que permitan a aquellos que quieran ejercer esa expresión puedan

hacerlo e igualmente sus pares ejerzan el derecho de conocer lo que piensan esas personas.

La participación en los medios implica reconocer la capacidad de sujetos a todos y superar la condición de meros receptores. Ello es posible desde la representación de las identidades y desde la construcción de una opción factible para todos los ciudadanos para ejercerla. Ello debe tener una realización jurídica y una expresión práctica como signo de modernización política de la sociedad.

La tradición de la investigación en los medios y las doctrinas jurídicas que se expresan en la jurisdicción interamericana manifiestan que existe una unidad entre la expresión de informaciones, ideas y opiniones y el derecho de la sociedad a conocer esa información. Una visión que reivindica el derecho a la comunicación, una relación de doble vía para el flujo informativo.

Los medios de comunicación y la posibilidad de la expresión del pensamiento para todos los ciudadanos es un elemento insustituible de las democracias y forma parte del tejido de consideraciones que soportan los tratados y convenciones relacionadas con los derechos humanos. Ello implica para las sociedades democráticas asumir los riesgos de la Libertad de Expresión incluyendo sus posibles excesos.

El Tribunal Europeo de Derechos Humanos estableció claramente, en la sentencia del caso Lingens, que la libertad de expresión "es uno de los fundamentos de una sociedad democrática y una de las condiciones más importantes para su progreso y desarrollo individual... no se aplica solamente a las "informaciones" o "ideas" que se reciben favorablemente o se consideran inocuas o indiferentes sino también a las que ofenden, hieren o molestan. Así lo exigen el pluralismo, la tolerancia y la mentalidad amplia, sin los cuales no hay "sociedad democrática".<sup>18</sup>

La Corte Interamericana interpretando los alcances de artículo 13 de la convención americana ha reconocido que le derecho a la libertad de pensamiento implica un derecho para el sujeto individual o colectivo de expresarse públicamente y por tanto implica también el derecho de los otros de escuchar

o "recibir" las ideas de esos sujetos.

El artículo 13 señala que la libertad de pensamiento y expresión "comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole...". Esos términos establecen literalmente que quienes están bajo la protección de la Convención tienen no sólo el derecho y la libertad de expresar su propio pensamiento, sino también el derecho y la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole. Por tanto, cuando se restringe ilegalmente la libertad de expresión de un individuo, no sólo es el derecho de ese individuo el que está siendo violado, sino también el derecho de todos a "recibir" informaciones e ideas, de donde resulta que el derecho protegido por el artículo 13 tiene un alcance y un carácter especiales. Se ponen así de manifiesto las dos dimensiones de la libertad de expresión. En efecto, ésta requiere, por un lado, que nadie sea arbitrariamente menoscabado o impedido de manifestar su propio pensamiento y representa, por tanto, un derecho de cada individuo; pero implica también, por otro lado, un derecho colectivo a recibir cualquier información y a conocer la expresión del pensamiento ajeno.<sup>19</sup>

A continuación indica que existe un derecho social recibir y dar las informaciones o ideas.

En su dimensión social la libertad de expresión es un medio para el intercambio de ideas e informaciones y para la comunicación masiva entre los seres humanos. Así como comprende el derecho de cada uno a tratar de comunicar a los otros sus propios puntos de vista implica también el derecho de todos a conocer opiniones y noticias. Para el ciudadano común tiene tanta importancia el conocimiento de la opinión ajena o de la información de que disponen otros como el derecho a difundir la propia.<sup>20</sup>

En el desarrollo expositivo de esta opinión consultiva se destaca el derecho a la libre expresión como un derecho individual, por cuanto se refiere a la posibilidad de la colegiación de los periodistas y para ello enfatiza el texto de la convención americana que indica que toda persona puede expresar informaciones o ideas. Los sujetos colecti-

vos (gremios, grupos e instituciones) en la medida que expresan los consensos de diversos individuos también tienen el derecho a expresarse libremente. De allí que la interlocución es posible entre sujetos o personas individuales y colectivas y no debe tener ningún tipo de limitación previa, sino responsabilidades civiles posteriores.

En otra decisión más reciente la Corte Interamericana ratifica este criterio (Caso "La última tentación de Cristo"):

...la libertad de expresión no se agota en el reconocimiento teórico del derecho a hablar y escribir, sino que comprende además, inseparablemente el derecho a utilizar cualquier medio apropiado para difundir el pensamiento y hacerlo llegar al mayor número de destinatarios. En este sentido, la expresión y la difusión del pensamiento y la información son indivisibles, de modo que una restricción de las posibilidades de divulgación representa directamente, y en la misma medida, un límite al derecho de expresarse libremente.<sup>21</sup>

El derecho a réplica o rectificación es una herramienta sustantiva para contribuir a la pluralidad de opiniones en las sociedades democráticas. Algunos autores consideran que la rectificación y réplica sólo puede aplicarse en los casos relativos a las noticias o informaciones, nosotros consideramos que la réplica y rectificación son parte integrante del derecho a la libertad de información y de expresión y que no es posible ni jurídica, ni prácticamente, realizar tal tipo de distinción.

En el debate venezolano a propósito de la decisión 1.013<sup>22</sup>, se confundió el término réplica con el de rectificación y respuesta. En el artículo 14 de la Convención Americana de Derechos Humanos, se habla de rectificación o respuesta a informaciones que se consideren agravantes y se señala que deben realizarse en el mismo medio. Pero en una opinión consultiva, la Corte Interamericana de DD.HH. realiza una aclaración: (OC-7/86) El texto inglés del artículo 14 dice "inaccurate or offensive statements or ideas". La palabra "ideas" no aparece en los textos español, portugués ni francés de esta disposición, los cuales se refieren a

“informaciones inexactas o agraviantes”, “informações inexatas ou ofensivas” y a “données inexactes ou des imputations diffamatoires”. De acuerdo a esta aclaratoria el derecho de respuesta o rectificación también aplica para las ideas.

En el contexto del sistema interamericano de derechos humanos, coincidimos con el análisis y conclusiones que realiza Carlos Ayala Corao a propósito de unos comentarios acerca de la sentencia 1013 del Tribunal Supremo de Justicia de Venezuela donde considera que:

Pero nada en la Convención Americana justifica una interpretación restrictiva del derecho humano a la rectificación o respuesta, a fin de excluir de su ámbito a las ideas u opiniones inexactas o agraviantes, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, categorías de seres humanos.<sup>23</sup>

En la legislación colombiana se hace una distinción entre réplica y rectificación con el objeto de establecer regulaciones más restrictivas para las réplicas. En alarde de precisión lingüística puede distinguirse entre réplica y rectificación informativa. La réplica se asocia a un debate de argumentos y contrargumentos en torno a ideas mientras que la respuesta y rectificación se asocia a informaciones inexactas o agraviantes. La réplica está estrechamente vinculada con la opinión. La rectificación se asocia a la posibilidad de aclarar o precisar alguna información difundida que pueda considerarse dañina o no. Es el derecho de aclarar una información relativa a la propia persona, o rectificar una información con el objeto que los lectores tengan acceso a la mejor calidad posible de insumos noticiosos. En la actualidad, los formatos y géneros periodísticos constituyen un híbrido de opinión e información. Hay periódicos que desarrollan una perspectiva editorial que informa a sus lectores combinando informaciones e ideas.

A modo de ejemplo la crónica periodística es un híbrido que mezcla el relato personal de un determinado evento con las opiniones ante los he-

chos y personajes y resultaría complejo hacer un deslinde. Los géneros son una elaboración taxonómica, en la realidad hay textos o programas donde se confunden los géneros y formatos. Es difícil catalogar y discriminar las características que corresponden a géneros puros: ¿cuándo termina una idea y empieza una información? O a la inversa. En la medida que la libertad de expresión está asociada al libre pensamiento, todas las personas pueden expresarlo sin ningún tipo de distinción y cualquiera otra puede generar réplicas a ese planteamiento sin discriminar si corresponde a una noticia o artículo de opinión. En todo caso la posibilidad de replicar o rectificar está prevista en la Convención Americana de Derechos Humanos, sin distinción del tipo de caso, con el objeto de garantizar la doble dimensión del derecho, la social y la individual.

La constitución venezolana, en su artículo 58, establece que la réplica y rectificación para toda aquella persona que se vea “afectada directamente”. De allí se deduce que toda persona que sea aludida directamente tiene la posibilidad de rectificar o replicar, en el mismo medio la opinión o información expresada. En algunos casos de jurisprudencia de otros países se amplió el grado de afectación de la persona al incluir valores o elementos de identidad que puedan ser referidos. En un caso decidido por la Corte Superior Argentina (Ekmekdjian, Miguel A. c. Sofovich) se estableció la réplica a un ciudadano que consideró que unas opiniones con relación a la figura de Jesucristo le ofendían o afectaban su “sentimiento religioso herido”. En esa decisión el tribunal consideró que cualquier persona afectada en ese sentimiento, podía hacer una réplica y por ello estableció que debía permitirse un espacio para que esa persona manifestara su opinión contraria. En la decisión se establecieron límites y características para el ejercicio de ese derecho, por cuanto no existían regulaciones legislativas en Argentina y ello no podía limitar el beneficio de los derechos de la Convención Americana de Derechos Humanos.

Algunos autores consideran que la legitimación activa de quien sin haber sido nombrado tiene poco futuro y que

por ende esta expansión afecta la posibilidad de justificarlo o defenderlo<sup>24</sup>. La posibilidad de la réplica a opiniones es uno de los caminos para democratizar la participación de la sociedad en los medios. Ello no exige la necesidad de regulaciones legislativas para un pretendido ejercicio indiscriminado de ese derecho.

En el caso de los medios radioeléctricos existe tradición jurídica que amplía la posibilidad de un ejercicio de argumentación y debate en los medios radioeléctricos derivado del uso de un patrimonio de la sociedad: las frecuencias o porciones de espectro<sup>25</sup>. Uno de los mayores desafíos para las sociedades democráticas es el de promover y garantizar la presencia de la pluralidad de las expresiones existentes en una sociedad y el derecho a réplica es una de las elaboraciones jurídicas que puede promover y animar el debate de las ideas.

La argumentación práctica de los que se oponen al derecho a réplica para las opiniones e ideas, es que los periódicos y medios se convertirían en una réplica recurrente y no habría espacio para las nuevas informaciones y opiniones. La realidad les desmiente de manera permanente, casi todos los diarios cuentan con secciones de cartas de los lectores en los que dan cabida a muchas de las ideas y réplicas de los lectores hacia los articulistas e informadores. La posibilidad de una representación de las ideas de los lectores se resuelve estableciendo normas y prácticas que permitan la mutua comprensión entre los lectores y sus medios. Este tipo de secciones contribuye a fortalecer relaciones de identidad entre los lectores<sup>26</sup> y los medios, de este modo configuran una simbiosis rentable de servicio público y empresa privada.

La réplica incluye la opinión, los remitidos y artículos pagados. El anuncio pagado no exime la responsabilidad del medio. La posibilidad de replicar en un determinado medio es inherente a las sociedades democráticas y por lo tanto debe favorecerse y en el caso que exista una intención de daño (real malicia) la réplica no exime las responsabilidades ulteriores que deben contemplar las leyes de acuerdo a lo señalado en las disposiciones del

sistema interamericano. En el caso de Sullivan contra NYT, el juicio era por la publicación de un remitido y allí los medios no pueden escudarse en ello para evitar la inclusión de una réplica, por cuanto los ciudadanos tienen derecho a conocer la reacción de los afectados o interesados y no puede argumentarse el pago para impedir la expresión y el acceso a la información.

El derecho a réplica es consustancial al Derecho a la Libertad de Expresión. Si una persona, cualquiera, tiene el derecho a expresarse pero no puede hacerlo porque los medios le niegan esa posibilidad, este derecho se convertiría en una entelequia. Un derecho consagrado en el papel o en los códigos, pero negado de hecho. La sociedad democrática reconoce entre sus valores, la igualdad y ello debe traducirse en que los ciudadanos puedan asumirse como actores políticos en los espacios públicos. Los medios constituyen las nuevas plazas de ejercicio ciudadano. La posibilidad de reaccionar ante lo que exhiben los medios es un derecho de cualquier ciudadano, que debe ser normado para evitar los excesos, pero que no puede ser negado. ■

■ **Carlos Correa**

Comunicador social, miembro del consejo de redacción de *Comunicación*

**NOTAS**

- 1 Mc Bride, Sean, Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la comunicación. Fondo de Cultura Económica, México, UNESCO, París, 1980.
- 2 Consagrado en los artículos 4 y 5 de la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano al enunciar "la libertad consiste en hacer todo, lo que no daña a los demás...La ley no puede prohibir más que las acciones dañinas para la sociedad."
- 3 En la constitución de 1819, los legisladores de la reciente República ya contemplaron el derecho a la libertad de expresión, estableciendo en el texto consideraciones acerca de su importancia. Junto a este derecho indican las limitaciones y penas para aquellos que perjudiquen la tranquilidad pública y otros derechos individuales.  
Artículo 4.º El derecho de expresar sus pensamientos y opiniones de palabra, por escrito, ó cualquier otro modo, es el primero y más estimable bien del hombre en sociedad. La Ley misma no puede prohibirlo; pero debe señalarle justos términos, haciendo à cada uno responsable de sus escritos y palabras, y aplicando penas proporcionales à los que la ejercieren licenciosamente en perjuicio de la tranquilidad pública, buenas costumbres, vida, honor, estimación y propiedad individual.
- 4 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Artículos 28 y 143.
- 5 Artículo 23: Los tratados, pactos y convenciones relativos a derechos humanos, suscritos y ratificados por Venezuela, tienen jerarquía constitucional y prevalecen en el orden interno, en la medida en que contengan normas sobre su goce y ejercicio más favorables a las establecidas en esta Constitución y en las leyes de la República, y son de aplicación inmediata y directa por los tribunales y demás órganos del Poder Público.
- 6 La colegiación obligatoria de periodistas. Opinión consultiva 0C-5/85 del 13 de noviembre de 1985. Serie A No.5, párrafo. 39
- 7 Vg. El Ministro de Relaciones Exteriores, Dávila, consideró irrelevante informar acerca de los costos de los viajes presidenciales. El viceministro de información, Nicolás Rodríguez, en entrevista a El Nacional se negó a informar quienes eran los que realizarían la producción de una serie de micros informativos.
- 8 El programa Infocentros, desarrollado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, permitió la instalación de mas de 300 centros de consulta y navegación por Internet, que constituyen un esfuerzo democratizador de acceso a este medio.
- 9 Ante preguntas concretas de los reporteros muchas veces los funcionarios niegan abiertamente los datos por considerar que "no son importantes".
- 10 Para una exhaustiva revisión de los incidentes y atropellos a periodistas Cfr.
- 11 En Venezuela, existe evidencia de algunos casos: Petkoff en diario El Mundo; el caso de la periodista Diajanira López y la salida de su programa de televisión "Diajanira al mediodía", transmitido por el canal TVS de Maracay; entre otros.
- 12 Informe del Relator especial para la Libertad de Expresión 2000. Santiago Cantón, CIDH, OEA.
- 13 En los países del Cono Sur se le denomina Desacato a las normas legales que establecen algún tipo de pena de cárcel para los periodistas que "ofendan" o "agravien" a funcionarios públicos.
- 14 Informe sobre la compatibilidad entre las leyes de desacato y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, publicado en CIDH, Informe Anual 1994, Capítulo V.
- 15 *Ibíd.*
- 16 Los derechos civiles y políticos, en particular las cuestiones relacionadas con la Libertad de Expresión. Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión, Sr. Abid Hussain, presentado de conformidad con la resolución 2000/38 de la Comisión. 13 de feb. 2001. Párrafo 47.
- 17 Ciudadano que dirigió una correspondencia al diario El Nacional y hizo referencias relacionando a los militares y las pantaletas. Ello se tradujo en un juicio militar, con auto de detención incluido, para encontrar la supuesta conexión entre esta carta y unos envíos anónimos de prendas de interior femenina a oficiales superiores de la Fuerza Armada.
- 18 Tribunal Europeo de Derechos Humanos. Sentencia del Caso Lingens Vs. Austria. 8 de julio de 1986. Párrafo 41.
- 19 La colegiación obligatoria de periodistas. Opinión consultiva 0C-5/85 del 13 de noviembre de 1985. Serie A No.5, párrafo. 31
- 20 *Ibíd.* párrafo. 33
- 21 La última tentación de Cristo. Sentencia del 5 de febrero del 2001. Pág. 32 y 33. Párr. 65
- 22 Decisión del Tribunal Supremo de Justicia, sobre un amparo introducido por Elías Santana, en el que solicita un derecho a replica en un programa de radio que conduce el presidente venezolano Hugo Chávez Frías. La sentencia completa puede consultarse en [www.tsj.gob.ve](http://www.tsj.gob.ve)
- 23 Ayala Corao, Carlos. Comentarios sobre la incompatibilidad de la sentencia 1.013 con la Convención Americana de Derechos Humanos, 2001, mimeo.
- 24 Bianchi, Enrique y Hernán Gullco. El derecho a la libre expresión. Librería Editor Platense, S.R.L. La Plata, Argentina, 1997. P. 334.
- 25 Cfr. Los casos de Red Lion Broadcastin Co. Vs F.C.C; Miami Herald Publischin Co. Vs Tornillo y Columbia Broadcasting Sistem vs Democratic National Committe, ante la Corte Suprema de los Estados Unidos desarrollan preceptos que señalan que en los medios radioeléctricos son susceptibles de regulaciones para fortalecer la "fairness doctrine" (equidad, imparcialidad, justicia) mientras que los medios impresos no.
- 26 Utilizamos la acepción lectores para referirnos al conjunto de los ciudadanos usuarios de los servicios de comunicación y ello incluye a los lectores de medios impresos y a las audiencias de cine, radio, televisión y de los nuevos medios.



# México

■ **Javier Esteinou Madrid**

## **Resumen**

*El proceso de transformación moderna que ha experimentado México desde 1993 a la fecha con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (TLC), ha producido profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etc. Estos cambios, a su vez, han transformado los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción, competencia, etc. de la mayoría de la población nacional. Pero dichas modificaciones no sólo han impactado en la base económica y política de la sociedad mexicana, sino sobre todo han repercutido en la estructura cultural e informativa de México. Por ello, 5 años después de la práctica del TLC en el país y en vísperas de firmar nuevos tratados con el Mercado Común Europeo, Asia y América Latina hoy es sumamente importante analizar ¿Cómo la aplicación de las leyes del mercado del Tratado de Libre Comercio han transformando el esqueleto y la dinámica de nuestra cultura y comunicación nacional?*



# El impacto del TLC sobre la cultura y los medios



## **Abstract**

*The modern transformation process that Mexico has tried since 1993 with the North American Free Trade Agreement (NAFTA), has produced deep changes in the economical, political, social, agricultural, technical and legal structures of our country. These changes, have transformed the life, work, education, production and competition styles of most of the national population. These alterations have not only made an impact over the economical and political bases of the society in Mexico; but they have also had repercussions on the cultural structure and the informative structure of our republic. Therefore, 5 years after the practice of the NAFTA in our country and days before making new agreements with Europe, Asia and Latin America, it is very important to analyze how have the laws of market of the NAFTA transformed the skeleton and dynamics of our national culture and communication?*

## **I.- TENDENCIAS INFORMATIVAS Y CULTURALES DERIVADAS DE LA APLICACIÓN DEL TLC**

El proceso de transformación moderna que ha experimentado México desde 1993 a la fecha con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (TLC), ha producido profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etc., de nuestro país <sup>(1)</sup>. Estos cambios, a su vez, han transformado los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción, competencia, etc. de la mayoría de la población nacional. Pero dichas modificaciones no sólo han impactado en la base económica y política de la sociedad mexicana, sino sobretodo han repercutido fuertemente sobre la estructura cultural, informativa y espiritual del país. Ante esta realidad histórica contundente, el problema ya no es preguntarnos si aceptamos o no la globalización cultural e informativa que se ha impuesto y ha atravesado el mundo de finales del siglo XX; sino que ahora debemos reconocer, para bien o para mal, que al inicio del nuevo milenio la globalización comunicativa es un hecho irresistible al cual ya estamos incorporados como comunidad y del cual no podemos desprendernos. Por ello, la pregunta que debemos colocar en la reflexión contemporánea de comienzo del nuevo siglo es *¿qué podemos obtener positivamente del proceso globalizador y como podemos sobrevivir culturalmente como nación en esta rápida reorganización cultural e informativa del mundo?*

Por ello, 6 años después de la práctica del TLC en nuestro país y en vísperas de firmar nuevos tratados con el Mercado Común Europeo, Asia, Europa y América Latina hoy es sumamente importante analizar *¿cómo la aplicación de las leyes del mercado del Tratado de Libre Comercio han transformando el esqueleto y la dinámica de nuestra cultura y comunicación nacional?*

Reflexionando sobre esta realidad, podemos decir que la aplicación de las reglas de mercado del TLC al terreno de la cultura y la información colectiva en México, especialmente de los medios electrónicos, ha ocasionado, entre otras, las siguientes 10 transformaciones estructurales sobre nuestra sociedad:

**1.- El retiro del Estado como rector de la cultura y la comunicación nacionales.** La mutación más grande que se ha producido ha sido el retiro creciente del Estado mexicano como instancia rectora de los procesos de cultura y comunicación nacionales, para delegar ahora su dirección a la dinámica del mercado bajo el mecanismo de acción de la oferta y la demanda informativa. Así, la rectoría del Estado en el campo de la conciencia de lo público ha quedado substituida por la intervención de las leyes del mercado con su "Mano Invisible" de regulación natural, que no ha sido otra realidad que la acción de la "Garrra Invisible" de los intereses de los grandes monopolios de la difusión sobre el proceso de la cultura y la conciencia nacional.

**2.- La aplicación de la política del "Laissez Faire Informativo".** Para que el modelo de desarrollo modernizador se haya consolidado en México con el TLC, ha sido indispensable la creación de una nueva conciencia masiva modernizadora que respalde y afiance las acciones de operación del mercado. Dicha conciencia ha producido, a nivel masivo, a través de los medios electrónicos de comunicación, las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial. La esencia de esta conciencia modernizadora ha formulado que ante la nueva globalidad internacional para ser eficientes, especialmente, en el terreno comunicacional; hay que aceptar indiscriminadamente la propuesta de asimilar los principios del "laissez faire informativo" en el terreno comunicativo o cultural, o lo que es lo mismo, asumir la mentalidad de que "lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve". Bases que, llevadas a sus últimas consecuencias, en la práctica real han planteado el peligro de que en vez de fortalecer nuestra cultura nacional en este periodo de globalización, esta se flexibilice, y en ocasiones, hasta erosione más sus valores para incorporarnos eficientemente como sociedad y sin restricción alguna a la nueva estructura de competencia y de acumulación de los mercados mundiales.

**3.- El debilitamiento del modelo de medios de comunicación de servicio público.** Presionado por el retiro del Es-

tado como instancia rectora de la comunicación y por la imposición de las fuertes tendencias que han introducido las políticas econométricas neoliberales para convertir al Estado mexicano en una entidad "altamente eficiente", se ha generado una severa crisis y al mismo tiempo una desaparición creciente del modelo de medios de comunicación de servicio público que durante tres décadas había funcionado en México; para ahora dar paso mayoritariamente al proyecto de mercado con sistemas de información privados altamente mercantilizados. Es decir, debido a que las leyes de la "libre competencia" han exigido que las empresas contiendan entre sí con sus propios recursos y sin apoyo estatal, el gobierno mexicano ha retirado gradualmente los subsidios que fortalecían a los medios públicos y estos cada vez más han tenido que luchar con sus propios recursos para sobrevivir ante la fuerte presión de las empresas privadas. Ello significa, que el esquema de medios de comunicación de servicio público al dar marcha atrás el Estado Benefactor que lo mantenía a base del presupuesto oficial, crecientemente ha tenido que buscar a otras fuentes de ingreso para sobrevivir que, básicamente, han girado alrededor de la venta del tiempo de pantalla a las grandes empresas monopolísticas y de la comercialización publicitaria. Esta situación ha obligado a que el modelo de información público se comercialice "reduciendo su pluralismo y originalidad, abriendo mayor campo aún a los grupos multinacionales tanto en lo que se refiere a la propiedad de las emisoras, como a su programación" <sup>(2)</sup>.

**4.- La desregulación y autorregulación creciente de las comunicaciones.**

Al convertirse los procesos de comunicación en elementos estratégicos para la realización y reproducción del sistema económico, con la aplicación del TLC el gobierno y los concesionarios de los medios de información han planteado insistentemente que "en un mundo sistémico, sin fronteras, competitivo y globalizado, para que la dinámica del mercado se pueda realizar se requiere libertad de información. Por ello, no deben ponerse más regulaciones que las necesarias a la libertad de expresión en México, so pena de caer en burocratismos extremos o lo que es peor, en la inoperancia de la ley. La sobre reglamenta-

ción se opone al avance económico” (3). Con la propuesta de la desregulación del funcionamiento de los medios de información en México y su sustitución por los procesos de “autorregulación absoluta” por parte del gobierno y de los propietarios, se ha caído en la concepción liberal extrema de crear el “Estado Cero” en el terreno comunicativo. Esta concepción plantea que el Estado no es necesario como instancia rectora para dirigir a la sociedad, ya que esta es tan perfecta que se puede autoconducir a sí misma por las leyes de la mano invisible de las lógicas del mercado. Así, se ha formulado que en materia informativa el Estado debe reducirse a su mínima expresión (fórmula cero), para dejar que la sociedad se conduzca por otros mecanismos “naturales” de autorregulación del poder.

Dicha teoría y práctica económico-social ha demostrado, a lo largo del siglo XX su enorme fracaso y límites al reflejar que, finalmente, toda sociedad moderna siempre requiere la presencia de un sólido Estado rector que equilibre los desajustes y las crisis que produce el funcionamiento autónomo o desbocado de la dinámica del mercado. Es decir, para crear las mínimas condiciones de gobernabilidad en el México contemporáneo, es necesario que todas las acciones públicas colectivas estén reglamentadas por la ley, pues de lo contrario se crean las bases oficiales para el surgimiento de los grandes espacios de anarquía social.

**5.- El diseño de la comunicación social desde la dinámica de la reproducción del capital.** Con el lugar estratégico que el nuevo modelo de desarrollo modernizador le ha concedido al mercado para ser el eje fundamental que dirija y moldee a los procesos sociales, este se ha convertido en el condicionante central del cual se ha derivado el origen, el sentido y el destino de la producción cultural y comunicativa en nuestro país. Es decir, en la década de los 90s. la verdadera reactivación del proyecto de comunicación y de la cultura nacional, no ha surgido de la antiquísima demanda de los grupos sociales básicos por resolver las necesidades de comunicación social más apremiantes de la población; sino que se ha derivado de la incorporación acelerada de nuestra sociedad al mercado mundial, que no es otra realidad que la reactivación y la ampliación



La sociedad civil o los grupos emergentes sólo aparecen en la programación de los medios de difusión colectivos cuando desde los criterios del negocio son “noticia” o un “objeto informativo” atractivo que puede elevar el rating de las empresas, pero no son considerados permanentemente como sujetos o entidades generadores de opinión que tengan derecho a un espacio colectivo permanente de participación informativa.



intensiva del proyecto económico supertransnacional en la periferia.

La sociedad civil o los grupos emergentes sólo aparecen en la programación de los medios de difusión colectivos cuando desde los criterios del negocio son “noticia” o un “objeto informativo” atractivo que puede elevar el rating de las empresas, pero no son considerados permanentemente como sujetos o entidades generadores de opinión que tengan derecho a un espacio colectivo permanente de participación informativa.

**6.- El mercado como marco axiológico de valoración de la vida.** Desde una perspectiva humana, el ejercicio de la práctica comercial sobre la base cultural ha significado que, cada vez más, el mercado ha sido la autoridad que determina el valor de las personas y la vida y no las fuerzas y procesos sociales en los que estos están inscritos. Esto es, el re-

conocimiento social, la dignidad de la persona, su retribución económica, etc., es crecientemente definido y valorado por el mercado y no por las dinámicas de justicia y humanización.

**7.- La cultura determinada por el mercado.** En términos educativos, la aplicación del modelo de mercado al terreno cultural ha representado que, en la actualidad, cada vez más, sean las bases de la mercadotecnia las que gobiernan la orientación y la acción de las instituciones culturales y comunicativas de nuestra Nación; y no las directrices del desarrollo social y espiritual de nuestra comunidad. Es decir, la modernización neoliberal básicamente ha reducido el proyecto comunicativo y cultural del Estado y de la sociedad a fortalecer y expandir las relaciones de mercado en México; y no a ampliar y reforzar los procesos culturales más abiertos, democráticos y participativos que durante tanto tiempo han demandado los grandes sectores básicos de nuestro territorio.

**8.- La cancelación de la cultura humanista.** Desde el punto de vista de la formación de conocimientos la aplicación de Ley del Mercado al campo educativo está cancelando en México las carreras de Filosofía, Antropología, Sociología, Ciencia Política, Historia y otras disciplinas humanistas por asegurar que no son rentables o necesarias para los criterios de la modernidad por no ser productivas. Ante esta realidad debemos preguntarnos *¿qué sucederá con una sociedad que progresivamente cancela la existencia de las disciplinas especializadas en su autoconocimiento como sociedad?* Frente a esta realidad se puede decir que al aplicarse esta política tan pragmática se están formando las bases de una “ceguera social” de grandes dimensiones, pues los principios del mercado están abortando las áreas del conocimiento humano especializadas en el análisis propio de la comunidad. Ante ello, debemos interrogarnos *¿A dónde va una sociedad que ve todo, excepto a sí misma?*

**9.- El acrecentamiento de los conflictos culturales.** Con la introducción extensiva de las leyes del mercado al terreno cultural y comunicativo, oficialmente se planteó hace varios años que dichas actividades se volverían más producti-

vas, que se romperían los monopolios tradicionales en este rubro al promoverse la libre competencia cultural, que se aumentarían la calidad de los productos elaborados, que se abrirían nuevos espacios de participación social dentro de ellos, que se elevaría la eficacia de las dinámicas culturales, que se agilizaría la producción comunicativa, que se aceleraría la modernización informativa, que se ampliaría y versatilizaría las fuentes de financiamiento de las empresas culturales, que se aceleraría la apertura de nuestra estructura mental al flujo mundial de información, etc; en una idea, que se enriquecerían fundamentalmente estas actividades al vincularse con los procesos de la modernidad. Sin embargo, no obstante estas posibles ventajas que ha prometido alcanzar la aplicación acelerada de los principios de las leyes del mercado sobre otras lógicas sociales en el terreno comunicativo-cultural con el establecimiento trilateral del Tratado de Libre Comercio; observamos que dichas acciones no han sido fuerzas o dinámicas suficientes para resolver las tremendas contradicciones culturales e informativas que existen en nuestra sociedad. Es más, se ha constatado que debido a la naturaleza eminentemente mercantil de esta racionalidad económica aplicada al campo cultural, en lugar de resolver nuestros problemas de comunicación, en el fondo han acrecentado nuestros conflictos de cultura nacional. Esto debido, a que en diversos momentos este fenómeno ha llegado a ser la aplicación de una falsa ley entre libre oferta y demanda entre fabricantes y compradores, por las siguientes dos razones: En primer lugar, porque hoy día esta realidad se encuentra profundamente alterada por la deformación del consumo que actualmente realiza la actividad publicitaria de los grandes monopolios económicos. Es decir, en la sociedad mexicana de finales de milenio, en muchos casos, ya no existe una demanda natural del consumidor; sino crecientemente asistimos a una decisión o gusto inducido por la enorme saturación publicitaria que cotidianamente producen los medios de comunicación de masas, especialmente electrónicos, sobre los diversos campos de conciencia de la población. Esta situación ha avanzado a tal extremo que en la actualidad ha ocasionado que muchas veces la demanda dependa de la oferta y no la oferta de la demanda: Las mercancías que se ofrecen,

“

Con el retiro del modelo de medios de servicio público que ha exigido el esquema de desarrollo del mercado, el sistema de medios comercial-privados se ha expandido notablemente en el país, llegando a ser el patrón dominante en nuestra atmósfera cultural, y con ello, se ha privatizado el campo de lo público.

”

se venden, no tanto por las rigurosas características físico-materiales que poseen; sino por el estratégico papel que ejercen las técnicas de persuasión publicitaria sobre nuestros sentidos e inconsciente (4). En segundo lugar, porque aunque en la exposición teórica de las tesis clásicas de la libre competencia se formula que esta se da con toda libertad; en la práctica real del liberalismo más avanzado que hoy experimentamos se confirma que no existe con tal apertura; pues, cada vez más, se da un proteccionismo acentuado de las naciones más desarrolladas en favor de sus áreas económicas más frágiles. Esto significa, que a través de la aplicación de los principios del mercado a lo que nos enfrentamos en el fondo no es a una dinámica de libre competencia; sino al autoritarismo económico de los grandes trusts que actúan en nuestro país.

Esta práctica ha contribuido a aumentar los problemas culturales y a debilitar la estructura y contenidos de nuestra cultura nacional.

**10.- El reforzamiento del modelo de comunicación-mercado.** Con el retiro

del modelo de medios de servicio público que ha exigido el esquema de desarrollo del mercado, el sistema de medios comercial-privados se ha expandido notablemente en el país, llegando a ser el patrón dominante en nuestra atmósfera cultural, y con ello, se ha privatizado el campo de lo público.

Al concluir el milenio el Estado y la sociedad cuentan con menor infraestructura mental y comunicacional para crear la cultura indispensable que demanda el proceso de sobrevivencia social de México y con mayor logística cultural para crear las condiciones subjetivas de reproducción del capital ampliado a escala global. Así, al ser progresivamente regida la cultura y la información por las leyes del mercado el proyecto de conciencia y comunicación colectiva que se ha producido en nuestra nación, a través de los medios de difusión masivos y de otras infraestructuras culturales, ha sido una propuesta lucrativa de acumulación, que se ha regido, entre otros, por los siguientes 17 principios (5):

**A.- La comunicación como acelerador del capital.** A partir de la aplicación de las reglas del Tratado de Libre Comercio, los procesos de comunicación se han concebido crecientemente como instrumentos aceleradores del proceso de realización de capital y no como herramientas para la elevación de la conciencia y el cambio colectivo para resolver nuestros problemas de crecimiento nacional. Esto, ha contribuido a producir una nueva valoración estratégica del campo de las telecomunicaciones y de la industria audiovisual que ha desatado una lucha nacional y continental por la concentración privatizada de las cadenas de difusión sin ningún precedente histórico en el país y la región.

**B.- La comunicación como mercancía.** Para adecuar el espacio cultural de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado que plantea el TLC, se ha alterado la concepción tradicional de la naturaleza de la actividad comunicativa que la comprendía como un producto social y se ha pasado, con mayor velocidad, a entenderla ahora como una simple mercancía más que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

**C.- La obtención de la ganancia a corto plazo.** Cada vez más, se ha buscado

obtener la ganancia a corto plazo a costa de lo que sea. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión realizada, mayor atractivo es el proyecto. Esto representa, que las inversiones mayoritarias que se destinan al terreno cultural y comunicativo están definidas muy directamente por la rapidez de la recuperación de la ganancia económica y no por otros criterios más humanos y equilibrados que anteriormente introdujo el Estado Benefactor.

**D.- Recuperación de la ganancia en términos monetarios.** La ganancia ha sido solicitada en términos monetarios y no de otro tipo de retribución, como puede ser el "enriquecimiento social" o la "humanización de la población" o el "cambio de conciencia colectiva". Para la realidad cultural e informativa de mercado esto significa que aquellas actividades que no producen "ganancias pecuniarias" y no de otro tipo, no son apoyados por las principales instituciones comunicativas del país. Por consiguiente, los proyectos culturales de apoyo al desarrollo social han quedado crecientemente marginados o han desaparecido.

**E.- El uso de ideologías modernizadoras para abrir las fronteras culturales.** Con el fin de ampliar más los márgenes de la acción transnacional sobre el campo de la cultura y la comunicación en el proceso de modernización que vive nuestro país con el Tratado de Libre Comercio, el mercado mundial ha recurrido crecientemente al uso de dos ideologías neoliberales para legitimar su avance y penetración en la periferia: la tesis del *"Libre Flujo Internacional de la Información"* y la ideología del *"Acceso a la Modernidad Cultural"*. Así, por una parte, argumentando que en la "Era de la Información" el mundo se ha convertido en una "aldea universal" a través de la expansión de las telecomunicaciones y el crecimiento de las redes de información, que ha ocasionado que todas las culturas estén interrelacionadas entre sí, derrumbando las "Fronteras Culturales"; se ha revitalizado la tesis del "Libre Flujo Internacional de la Información" para ampliar las posiciones del capital. Justificación, que en el fondo, no es otra cuestión que la premisa para permitir la fácil difusión y penetración de las imágenes transnacionales a todas las zonas del planeta, pues son sólo estas empresas las que pueden competir intensamente a escala global.



Esta anarquía cultural acelerada por la dinámica del mercado ha creado un caos en la conciencia colectiva que ocasionado que la energía social se concentre en los procesos de la super acumulación material y ha impedido que resolvamos como sociedad los grandes problemas nacionales que nos impiden crecer.



Por otra parte, paralelamente se ha promovido la adopción de la ideología del "acceso a la modernidad cultural" que en términos de concepciones de masas ha sido la visión que intenta homogeneizar la mayor parte de los campos de imaginarios sociales en base a los nuevos valores del consumo y el disfrute neoliberal para facilitar la expansión del mercado capitalista que exige el nuevo proceso de concentración de capital a escala mundial. Así ha surgido en el México moderno de la década de los 90s. un nuevo autoritarismo simbólico que se basa en la cancelación de las riquezas y diferencias de las diversas manifestaciones culturales de los grupos sociales, para dar paso a la formación de una nueva hegemonía ideológica de los monopolios locales y transnacionales en el campo de la cultura nacional. Con ello, se ha impuesto un concepto de calidad, de estética y de modernidad cultural que parte de lo exótico, lo folklórico, lo menudo, lo anecdótico, lo atomizado, lo frívolo, y lo tecnológico; marginando las peculiaridades de lo propio y lo trascendente en nuestro país.

**F.- El surgimiento de la video-vida.** Dentro de la dinámica que ha seguido el

modelo de comunicación-mercado se ha difundido rápidamente la mentalidad de que para que todo espacio público de comunicación sea moderno debe de estar atravesado por el complejo audiovisual, pues de lo contrario será atrasado, anacrónico y poco competitivo. Así, ha surgido en las principales ciudades de México el fenómeno de la "Video-Vida" como una fiebre cultural moderna que ha atravesado todas las actividades de nuestra existencia.

De esta manera, en los pocos espacios de diálogo, reunión y encuentro personal que quedan en nuestras deshumanizadas urbes, la propuesta modernizante de los "comunicadores profesionales" de la etapa del modelo de comunicación-mercado ha sido dar el tiro de gracia a estos resquicios de vida para convertirlas en zonas de pasatiempo posmodernas. Hemos transformado la taquería en "video taco", el bar en "video bar", la pizzería en "video pizza", la discoteque en "video discoteque", el restaurant en "video gourmet", la sala de espera en "video sala", el camión en "video bus", el metro en "video metro", el avión en "aéreo video", el elevador en "video elevador", el banco en "video banco", la iglesia en "video iglesia", la caseta telefónica en "video teléfono", el domingo en "video domingo", la conversación de sobre mesa, en "video plática", el espectáculo en "video show" (solo falta el "video sanitario" que no debe tardar en surgir), etc., propiciando una vez más la distancia y el desencuentro entre las personas con su consecuente estado de creciente de oscuridad humana.

**G.- La anarquía cultural.** La aplicación de la dinámica de la "Mano Invisible" del mercado sobre los procesos de comunicación y cultura ha generado en la sociedad mexicana un fuerte desorden informativo que ha producido silenciosamente una anarquía cultural al permitir que estemos altamente informados sobre lo secundario y no sobre lo fundamental. Esta anarquía cultural acelerada por la dinámica del mercado ha creado un caos en la conciencia colectiva que ocasionado que la energía social se concentre en los procesos de la super acumulación material y ha impedido que resolvamos como sociedad los grandes problemas nacionales que nos impiden crecer.

**H.- La presencia del malthusianismo cultural.** Con el reinado de los princi-

pios del mercado y la anarquía cultural que ha provocado en el campo mental, cada vez más, hemos presenciado la práctica de un “*malthusianismo cultural*” que ha permitido que sólo sobrevivan aquellas estructuras de conciencia que sean las más aptas para existir, desde los criterios del mercado. Así, con la aplicación de la “Mano Invisible del Mercado” sobre los procesos de comunicación la conciencia de lo social, ha sido desplazada para dar paso a la mentalidad de los negocios, el pensamiento de la ganancia ilimitada, el deseo del lucro, la inclinación dominante por el pragmatismo económico, la ideología de la posesión material como sentido de la vida, y la visión del progreso técnico como nueva religión, por encima de otros valores urgentes para la sobrevivencia colectiva.

#### **I.- La transformación de los valores.**

Así como el capitalismo Mexicano para afianzarse en su fase de industrialización creó a mediados del siglo XX un tejido cultural consumista que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades, desde la cual los individuos construimos gran parte de nuestro sentido más profundo para vivir y apoyamos el modelo de acumulación material; ahora, al final del siglo XX el “capitalismo modernizador” para consolidarse en su etapa neoliberal de apertura de fronteras ha requerido producir otros rasgos de la identidad nacional a través de una nueva estructura de valores algunos de cuyos puntales han sido la eficiencia maquinizada, la tecnificación, el pragmatismo, la supercompetencia, la privatización, la obsolescencia, la desregulación, la desestatalización, la internacionalización, la globalización, la aceleración, etc.

Podemos decir que en las entrañas de nuestra vida cotidiana hoy estamos ante el silencioso embate de nuestras culturas y diferencias ideológicas tradicionales para reacomodarlas o destruirlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernos bloques hegemónicos. Recomposición mental que gradual y silenciosamente está unificando los campos imaginarios, las aspiraciones profundas y las cosmovisiones de los seres a través de la construcción de un nuevo concepto de relaciones humanas, de placer, de triunfo, de trabajo, de felicidad, de moral, de religión, de etnia, etc., en una idea, de un nuevo sentido y estilo de

“

Al incorporarse México  
aceleradamente al proceso  
de modernización internacional,  
se ha construido en el país  
un nuevo sistema de “valores”  
que han producido una cultura  
de la deshumanización  
y no del avance de la persona.

”

vida determinado por las nuevas exigencias de maduración del comercio mundial. Situación que se condensa en la creación del nuevo “*México Imaginario de la Fase de la Globalización Mundial*”, que se opone al México profundo y real de finales del siglo XX.

**J.- Surgimiento del neoconsumo nacional.** Motivado por la necesidad de movilizar el enorme flujo de mercancías que acceden al país por la apertura de fronteras comerciales a través del Tratado de Libre Comercio, se ha producido en México una nueva mentalidad neoconsumista que actúa como cemento ideológico que articula a las todas las clases sociales en sola práctica: el neoconsumo. Dicha ideología se ha caracterizado por difundir intensamente la propuesta que plantea que para ser modernos, estar al día y mantenerse adaptados a la permanente dinámica de cambio que se vive en el mundo, hay que consumir constantemente los nuevos productos, especialmente extranjeros, que produce la modernidad. De esta manera la nueva ecuación social formula la concepción: consumo, igual a progreso social.

A lo largo de este período de libre comercio se ha buscado producir culturalmente en México a los “*hombres universales*” y a los “*ciudadanos del mundo*”, capaces de consumir cualquier mercancía elaborada por los acuerdos comerciales de los nuevos bloques hegemónicos y a adquirir mayor identidad a través de ello.

**K.- La sobrevivencia de las ideologías del mercado.** Así como en el terreno productivo para conservar el precio de las mercancías la ley de la oferta y la demanda del mercado ha obligado permanentemente a desperdiciar miles de toneladas de productos en nuestro país plagado de carencias vitales (6); de igual forma la aplicación de los principios del mercado al campo de la conciencia ha obligado a producir a través de las industrias culturales las ideologías del desperdicio más rentables, y a sacrificar los valores más importantes que nos constituyen como comunidad, memoria y Nación en la medida en que no sean altamente lucrativos en términos monetarios y de corto plazo, o que se opongan al crecimiento del mercado. Es decir, en la sociedad mexicana regida exclusiva o mayoritariamente por los principios de la oferta y la demanda, el mercado está liquidando “naturalmente” a todas aquellas formas culturales que son “ineficientes” para respaldar e impulsar el proceso de sobre acumulación y super consumo social y fomenta a las que si permiten su expansión material.

De esta forma, así como con la aplicación de las leyes del mercado al campo económico durante los preparativos para el ingreso al Sistema General de Aranceles y Comercio (GATT) y el acceso al Tratado de Libre Comercio, produjeron una gran quiebra de la industria electrónica, metal mecánica, agricultura, textil, plástico, alimentos, tejido, mueblera, calzado, restaurantera, de la transformación, el pequeño comercio y mochos otros más; ahora con el reinado creciente de los principios del mercado en el terreno cultural tenemos que preguntarnos, *¿cuáles son las cosmovisiones, las ideologías y los valores culturales propios de la cohesión e identificación de nuestra civilización nacional que ya han quebrado o desaparecerán ante la producción de la enorme cultura parasitaria que produce el proyecto modernizador de acumulación material*

a escala super transnacional a través de las industrias comunicativas?

**L.- La producción de la cultura chatarra.** El proceso neoliberal de mercantilización extrema de la cultura y de la comunicación ha funcionado bajo la tendencia de producir, exclusivamente, aquella conciencia, educación, tradición e idiosincrasia que sea funcional para incrementar el proyecto de acumulación de capital, especialmente, a escala mega transnacional; y ha marginado la construcción de las políticas culturales orgánicas que urgentemente requiere nuestro proyecto de desarrollo natural. Podemos decir que al acercarse el fin del siglo XX, el proyecto “modernizador” introducido al país ha formado intensivamente una nueva “*Cultura Chatarra*” de la expansión del capital y una reducción de la “*Cultura de la Vida y de la Humanización*” que tanto requiere nuestra sobrevivencia nacional. Esto debido a que desde los criterios monetaristas de la modernidad, el impulso de la Cultura de la Vida y de la Humanización no es una actividad lucrativa que valga la pena fomentarla, a menos que el proyecto de desarrollo material llegue a fases críticas en las que el deterioro humano y social avance tanto que se establezca en contradicción con la tasa de producción y concentración de la riqueza.

**M.- La comunicación salvaje.** Al estar los procesos culturales del país crecientemente regidos básicamente por los principios de la economía de mercado y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, hemos sido conducidos como sociedad hacia a un sistema de comunicación salvaje que he producido silenciosamente frente a nuestras narices una enorme crisis cultural, ética y moral. Proceso de comunicación que se ha caracterizado por privilegiar lo superfluo por sobre lo básico; el espectáculo por sobre el pensamiento profundo; la evasión de la realidad por sobre el incremento de nuestros niveles de conciencia; la incitación al consumo por sobre la participación ciudadana, el financiamiento de los proyectos eminentemente lucrativos por sobre los humanistas, la cosificación de nuestros sentidos por sobre la humanización de nuestra conciencia, la visión de la reducción contra la cultura de la complejidad, la homogeneización mental por sobre la



De aquí, la importancia central de preguntarnos en el marco de la globalización mundial ¿cuál debe ser el papel del Estado Mexicano para construir una política de comunicación y cultura colectivas que permita el avance de nuestra nación y no la simple subordinación subjetiva al modelo internacional de la acumulación de capital?



diferenciación cultural, la ideología del desperdicio por sobre las actitudes sustentables, etc.

Así, la aplicación de la dinámica de la “Mano Invisible del Mercado” a los procesos de comunicación, colectivos no ha construido en nuestras sociedades un sistema de comunicación superior, sino un complejo modelo de comunicación para la muerte.

**N.- La Cultura Idiota.** Derivada de las lógicas anteriores y de la de anarquía cultural que han impuesto las leyes del mercado sobre los procesos de comunicación social, ha surgido en la atmósfera mental de México una cultura idiota que se caracteriza por construir una visión de la vida altamente fragmentada, descontextualizada y superficial que se produce con los enormes y rápidos torrentes de información secundaria o terciaria que transmiten los medios de información sobre nuestros sentidos. Dicha cultura amparada en la tesis de la “libertad de Comunicación” nos ha llevado a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como Naciones, comunidades y como personas.

**Ñ.- Dificultades para construir las culturas de la sobrevivencia.** La aplicación de los principios de mercado sobre el proceso de funcionamiento de la comunicación colectiva dentro de la nueva fase de apertura y globalización cultural, ha significado que la opción para construir vía la televisión y otros medios de comunicación y cultura una mentalidad colectiva de carácter preventivo o correctivo frente a nuestros grandes problemas de desarrollo nacional como son la protección ecológica, la producción de alimentos, la atención a los sectores marginados, la promoción de la mujer, la aceptación de los grupos indígenas que son los fundadores de este territorio, la conservación de especies naturales, la atención de los ancianos, el combate a la erosión de la tierra, la tolerancia a la biodiversidad, el respeto a la diferencia, la humanización de las ciudades, etc.

**O.- La crisis ético-moral.** Con la acumulación de estas tendencias culturales que ha producido la dinámica del mercado sobre los medios de comunicación se ha generado en el seno cultural del país una profunda crisis ético-moral que es más fuerte que la crisis económica y política y que está provocando a largo plazo el silencioso colapso de nuestra sociedad. Es decir, al examinar el origen de la crisis nacional que hemos vivido en el país, observamos que tradicionalmente se han privilegiado, casi con exclusividad, las explicaciones de carácter económico y político que han producido este fenómeno; y se ha olvidado que detrás de dichos factores infraestructurales existe una drástica crisis de cultura y de valores nacionales que es la que, en última instancia, ha provocado el colapso de nuestra sociedad. En este sentido, podemos afirmar que por debajo de la crisis de desarrollo material que está experimentando nuestro país, existe una severa bancarrota ético-moral que está produciendo el proceso de decadencia de México como pocas veces se ha presentado en toda la historia de México (7).

Es por ello, que al olvidar o renunciar a que la ética y moral fueran el alma de nuestra dirección nacional, permitimos que el proyecto salvaje de la acumulación de capital a escala mundial, promovido por la ideología de la modernidad neoliberal, especialmente a través de los medios de difusión colecti-

vos, actuara como las fuerzas que rigen la dinámica cotidiana de nuestra sociedad. Con ello, hemos creado un proceso colectivo de descomposición de los valores y códigos sociales elementales que hacen posible la convivencia comunitaria y hemos generado una sociedad profundamente enferma que, cada vez más, pierde su capacidad mental de auto dirección equilibrada (8).

Al incorporarse México aceleradamente al proceso de modernización internacional, se ha construido en el país un nuevo sistema de "valores" que han producido una cultura de la deshumanización y no del avance de la persona. Así, constatamos que un conjunto de antivalores como el individualismo, el culto al Ego, la ganancia monetaria a corto plazo a costa de lo que sea, la avaricia, el consumismo ilimitado, la codicia sin freno, el placer irrestricto, la obsesión por la acumulación, etc.; ahora son presentados por nuestro decadente sistema cultural; especialmente difundido por los medios de información electrónicos, como los nuevos "valores" modernos que hay que perseguir e imitar para tener éxito y aceptación social (9).

El gobierno creciente de este complejo sistema de antivalores nacionales ha creado una reforzamiento de la cultura de la acumulación materialista que está exterminando todas las relaciones de armonía y de formas de vida en nuestro territorio y en el planeta. Así, cada vez más, disfrazada de moderna y avanzada, se refuerza en nuestra sociedad la presencia de la "Cultura de la Muerte" que mina todas las relaciones básicas de convivencia del hombre con su entorno y que evita la construcción de una cultura de la paz (10).

La presencia de esta devastación cultural que vive la sociedad mexicana a principios del siglo XXI, refleja que no asistimos a un simple reajuste cíclico o coyuntural mas de las estructuras económicas, políticas o culturales de nuestra sociedad; sino que ahora estamos ante una profunda crisis de civilización, que tiene su origen en el deterioro de su fundamento Ético-moral.

**P.- El debilitamiento cultural del Estado mexicano.** Ante el panorama de creciente globalización cultural que ha experimentado la sociedad mexicana, debemos tener presente que por la irresponsabilidad que se mostró al no plani-

ficar con fines colectivos el uso de los medios electrónicos en las últimas tres décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo, la debilidad de los gobiernos pos cardenistas para defender la cultura nacional, la complicidad de las autoridades públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico, la desarticulación global que vive el proyecto cultural gubernamental y el retiro sustancial de la presencia del Estado del campo de la comunicación colectiva para que esta sea conducida mayoritariamente por el mercado; hoy el Estado Mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo, una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno.

Podemos decir "que el México Profundo está de nuevo bajo el riguroso control del México Imaginario que, como pocas veces, ha hecho suyo el proyecto de las potencias dominantes. Sin embargo, ese México Profundo sigue vivo y su contradicción con el México Imaginario no ha desaparecido, sino todo lo contrario se ha agudizado" (11).

De aquí, la importancia central de preguntarnos en el marco de la globalización mundial *¿cuál debe ser el papel del Estado Mexicano para construir una política de comunicación y cultura colectivas que permita el avance de nuestra nación y no la simple subordinación subjetiva al modelo internacional de la acumulación de capital?*

## **II.- HACIA LA FORMACIÓN DE UNA NUEVA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN**

El modelo de desarrollo modernizador que gradualmente ha adoptado México al final del siglo XX con el Tratado de Libre Comercio en sus estructuras culturales para incorporarse al nuevo orden mundial surgido después de la guerra fría, basado mayoritariamente en el supuesto del "poder regulatorio mágico" de la "Mano Invisible" del mercado para dirigir la participación social; ha comprobado en una década sus enormes limitaciones y las bárbaras deformaciones humanas que ha producido. Ejemplo de ello, ha-

valuación del peso, la brutal fuga de capitales, el colapso agropecuario, la bárbara destrucción ecológica en todo el territorio nacional, la incontenible corrupción, el agudo desempleo, la marcada reducción de nuestro nivel de calidad de vida, la reducción del futuro de la juventud, el aumento de la incredulidad institucional, la crisis de esperanza de la juventud, etc.

Por ello, después del fracaso de dicho modelo ahora se requiere la búsqueda y puesta en práctica de nuevas políticas, especialmente de cultura y comunicación, para lograr la participación de la sociedad a través de otros procesos de información y contribuir, con ello, a resolver las agudas contradicciones mentales que limitan el crecimiento equilibrado de nuestra nación (12).

En este sentido, es fundamental sustituir dentro del contexto de la modernidad la idea de crear un "Estado Mínimo" o "Ultra Mínimo" en el área cultural de México a través de la adopción indiscriminada de la política del "laissez faire informativo"; para ahora introducir la concepción estratégica del "Nuevo Estado Básico para la Supervivencia Social" sin el cual no podrán construirse un orden civilizatorio superior que mantenga las condiciones elementales de la convivencia en comunidad, especialmente, en la medida en que en el país somos crecientemente sociedades de masas cada vez mayores (13). "Nuevo Estado Básico para la Supervivencia Social" que no se limite a ejercer la labor meramente vigilancia policiaca, de atención a las urgencias inmediatas, de cubrir el servicio de recolección de basura, asistencia de los bomberos, etc., sino sobretodo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivos. Es decir, una comunicación de Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio del mercado vía la información.

Debemos recordar que ya en el siglo XIX las profundas alteraciones que produjo el funcionamiento autónomo del mercado autoregulado en México generaron tantas contradicciones sociales que dieron origen al capitalismo salvaje e hicieron indispensable el surgimiento del Estado Benefactor para corregir dichos antagonismos insostenibles. Por ello, desde principios del siglo XX se intentó sustituir la lógica de la supremacía del mercado, por otra lógica más

sensible y humana de justicia y participación social (14).

Incluso, constatamos que las principales naciones que impulsaron el modelo neoliberal del "Estado Mínimo" en los años 80s. como fueron los gobiernos de Ronald Regan en Estados Unidos y de Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, a mediados de la década de los 90s. fueron corregidos drásticamente por los respectivos gobiernos de William Clinton en Norteamérica y de John Major en Inglaterra para fortalecer de nuevo al Estado Benefactor y resolver las grandes contradicciones que produjeron la aplicación irrestricta de las leyes del mercado en estos países. Dicha neointervención del Estado planteó ajustar el rumbo autónomo del mercado a través de una acción mas activa de este en la gestación de las macro políticas de crecimiento, pero no supone suprimirlo (15).

Es por esto, que ante el nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización nacional y frente a la creciente realidad de establecer la "Iniciativa del Mercado" en el campo de la cultura y la comunicación colectiva del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado Mexicano no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan como es el caso de la medicina preventiva, la generación del transporte urbano público, el impulsar a la ciencia básica, la producción de infraestructura urbana (16), etc; así tampoco puede delegarse a este la construcción de una "*Cultura Social para la Sobrevivencia Nacional*". Esto debido, a que aunque, paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en México, a corto plazo, no es lucrativa dentro de los criterios de "ganancia pecuniaria" y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

Frente a este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece con la aplicación del modelo de mercado del Tratado de Libre Comercio en México, es necesario que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una "*Nueva Política de Cultura y Comunicación Social para la Sobrevivencia Nacional*", que actualmente no existe y se requiere urgentemente para coexistir. Para ello,

hay que considerar que así como en el campo económico el Estado reprivatizó la banca estatal y paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, o que así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social vía el "Programa Nacional de Solidaridad" (17); ahora, es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, se apoye la dinámica de "*Equilibrio de la Comunicación Social*" que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

Debemos considerar que aunque la crisis de valores es muy antigua en nuestro país, para superar este colapso civilizatorio además de realizar proyectos de reordenamiento económico, tecnológicos, jurídicos, laborales, políticos, electorales, financieros etc.; ahora se requiere, por encima de todo, ejecutar una profunda *Reforma Etico-Moral* que rescate los principales valores que nos permitan vivir armónicamente en comunidad (18). Reforma ético-moral que cree las bases de conciencia mínimas para que todos los ciudadanos puedan desarrollarse material, cultural y espiritualmente, y permitan que los hombres convivan equilibradamente con las otras formas de vida biológicas, animales y vegetales que nos rodean.

No podemos olvidar que la superación de la crisis de civilización que nos enmarca, requiere la producción de un nuevo eje cultural, y este en nuestro país deberá girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión, que son las instituciones culturales que más rápidamente difunden, promueven, cambian o deforman los valores sociales.

En este sentido, podemos decir que "la situación alarmante de pobreza y desempleo que vive México pone en evidencia que el modelo economicista de desarrollo social no es la opción para un verdadero progreso humano del país" (19). Es por todo ello, que para recobrar la paz y la armonía social crecientemente perdida que nos coloca al borde del delicadísimo desbordamiento social; ahora resulta indispensable la búsqueda de otro modelo de crecimiento nacional que supere las finalidades "economicistas" que privilegian

como valores supremos la acumulación de capital a costa de lo que sea, para rescatar el valor de las personas y la vida como centro moral del desarrollo colectivo de nuestra nación.

Sintetizando, podemos decir que de no realizarse una severa reforma moral y cultural en nuestro país, especialmente a través de los medios de comunicación, se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos, la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo por otro aumentando rápidamente, con ello, la descomposición de nuestra comunidad nacional.

No obstante la realidad del panorama anterior, hasta el momento el Estado y las instituciones privadas nacionales estudian las consecuencias económicas, tecnológicas, laborales, políticas, financieras, ecológicas, etc. que tendrá el Tratado de Libre Comercio sobre estas áreas; pero no han analizado el impacto que ha tenido este convenio trilateral y la aplicación de las leyes del mercado sobre la cultura y los medios de comunicación mexicanos. Es por ello, que en esta etapa de desarrollo neoliberal de la cultura nacional, consideramos altamente estratégico que la sociedad mexicana realice un permanente análisis que examine esta situación y plante diversas alternativas de acción de lo que debe realizar el Estado y la sociedad civil para encarar maduramente esta realidad.

Para avanzar en la construcción de la "*Nueva Política de Cultura y Comunicación Social Para la Sobrevivencia Social*" es necesario que el Estado y la sociedad civil realicen entre otras las siguientes 15 acciones mínimas de política informativa:

1.- El Estado debe rescatar su función rectora en el campo de la comunicación frente a la dinámica salvaje que han alcanzado las fuerzas del mercado en este terreno, para construir un nuevo proyecto de información nacional basado en la participación de las comunidades.

2.- Es necesario que se replante el pacto social de comunicación existente entre el Estado, los medios de información y la sociedad para orientarlo hacia un nuevo pacto tripartito de participación ciudadana que equilibre el actual funcionamiento desigual.

3.- Se requiere que el Poder Legislativo limite constitucionalmente las facultades discrecionales del Poder Ejecutivo en el campo de la comunicación colectiva, para crear un marco normativo más democrático y justo en el funcionamiento de los procesos de comunicación social.

4.- Es imperativo elevar a rango constitucional el acceso a la información como un bien y un derecho público al cual han de acceder y ejercer todos los mexicanos.

5.- Es indispensable que se actualice el contexto jurídico amplio de las leyes sobre comunicación social para adaptarla a los desafíos de la sociedad nacional del siglo XXI. Para ello, es conveniente retomar el espíritu del proyecto de "Ley Federal de Comunicación Social y el Proyecto de Ley Reglamentaria de los Artículos 6 y 7 Constitucionales en Materia de Libertad de Expresión y Derecho a la Información" preparado por la Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la XLVII Legislatura del Congreso para discutirlo y perfeccionarlo.

6.- Se requiere garantizar el respeto al libre ejercicio profesional del informador y facilitar su acceso a las fuentes de información públicas y privadas (20).

7.- Para superar la profunda crisis de valores que hunde al país se requiere ejecutar, vía los medios de comunicación, una profunda *Reforma Etico-Moral* que rescate los principales principios que nos permiten vivir equilibradamente en comunidad y que cree las bases de conciencia mínimas para que los ciudadanos puedan desarrollarse material, cultural y espiritualmente, conviviendo armónicamente con otras formas de vidas biológicas, animales y vegetales que nos rodean.

8.- Se necesita garantizar el Derecho de Réplica en todos los medios de comunicación como una garantía constitucional elemental (21).

9.- Es indispensable que se discuta en el Congreso de la Unión los criterios de renovación y supervisión de las concesiones de radio y televisión para los próximos años y que no sólo dependa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

10.- Es importante que se cree la figura del Ombudsman de la comunicación, para analizar imparcialmente los conflictos de intereses que se dan en este terreno.

11.- Es imperativo que el Estado fortalezca y amplíe el esquema de medios de comunicación de servicio público para cumplir con su función de rector nacional y equilibrar el funcionamiento del modelo de comunicación de mercado.

12.- Se requiere rescatar y ampliar los pocos espacios que se han dedicado a la difusión y construcción de valores plurales y cívicos vía los medios de comunicación de masas, y proponer alternativas para impulsar la edificación de una cultura cívico-democrática más madura en nuestro país.

13.- Es necesario promover la creación de órganos plurales con participación de la sociedad civil en la vigilancia de la normatividad relacionada con el funcionamiento global de los medios de comunicación (22).

14.- Se requiere promover el respeto irrestricto a la privacidad de los ciudadanos que impida exhibirlos ante la sociedad vía los medios de manera morbosa, injuriosa o difamante (23).

15.- Finalmente, es necesario rescatar y preservar la memoria histórica de nuestra sociedad como parte del Derecho a la Información.

De no hacernos estos cuestionamientos, y otros más, con honradez y severidad, encontraremos que en plena fase de modernización nacional con el Tratado de Libre Comercio, se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, etc. de nuestra sociedad; pero no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra comunidad.

Teniendo posibilidades de sobra para comprender hacia donde tiende a evolucionar el proyecto cerebral de nuestra sociedad ante el fenómeno de la globalización cultural y de aplicar las medidas correctivas necesarias para mantener el rumbo de comunidad autónoma; habremos elegido el camino de la incondicionalidad ideológica que nos lleva a convertirnos en "ciervos" que no

buscan alternativas ante el proyecto de la "modernización"; sino a someternos dócilmente a esta: Entonces habremos entrado por propia voluntad en el "*Fast Track de la desnacionalización y el extravío Mental*". ■

#### ■ **Javier Esteinou Madrid**

Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco. México, D.F.

#### NOTAS

1. El 22 de noviembre de 1993 el Senado de la República Mexicana aprobó el texto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con los gobiernos de Estados Unidos y Canadá.
2. Giordano, Eduardo y Zeller, Carlos; *Europa en el Juego de la Comunicación*, Colección Impacto, Los Libros de Fundesco, Fundación Para el Desarrollo Social de las Comunicaciones (FUNDESCO), Madrid, España, 1988, p-250.
3. Palabras de Sr. Emilio Nassar, Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), en la Clausura del Simposio sobre Libertad de Expresión y Responsabilidad Social, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), World Trade Center, México, D.F., 21 de julio de 1998.
4. "Promotor y no regulador el papel del Gobierno", *Excelsior*, 30 de septiembre de 1991; "¿Ensayo de la Economía de mercado?", *Excelsior* 16 de diciembre de 1991; "¿Resolver los problemas con la Ley de la Oferta y la Demanda?", *Excelsior*, 4 de enero de 1992.
5. Para ampliar más este punto consultar Javier Esteinou Madrid, *La Comunicación y la Cultura Nacionales en los Tiempos del Libre Comercio*, Editorial Fundación Manuel Buenadía, México, D.F., 1993, páginas 119 a 203.
6. Por ejemplo, mientras a nivel de desarrollo material en la década de 1990 en el país existió un altísimo déficit lechero de más de cinco millones de litros anuales que nos llevó a importar sólo en 1992 más de 150,000 toneladas de leche en polvo. Una desnutrición crónica en más del 50 % de la población económicamente activa y en el 40 % de los niños provocando la muerte anual de 40 mil infantes en México. Un bajo rendimiento escolar por el déficit de peso y la aguda hambre que se presenta en los escolares. Una anemia en seis de cada diez mexicanos y una pobreza extrema en más de 17 millones de personas, etc. "Deficitaria en 5 millones de lts. la producción lechera nacional", *Excelsior*, 21 de noviembre de 1991; "Importará México 150 mil toneladas de leche en polvo", *El Financiero*, 11 de febrero de 1992; "41 millones de mexicanos sin acceso a los mínimos esenciales de nutrición", *El Financiero*, 15 de octubre de 1991; "Están desnutridos 40 % de los niños mexicanos", *Excelsior*, 6 de diciembre de 1991; "Cada año mueren por enfermedad 40,000 mil niños en México", *Excelsior* 24 de

- diciembre de 1991; "Mueren por desnutrición 92 de cada cien mil niños en la Zona Centro Yucateca: PN", *Excelsior*, 18 de marzo de 1992; "31 % de los niños en el D.F. en edad preescolar padecen déficit de peso", *Uno Más Uno*, 4 de marzo de 1992; "41 millones de mexicanos sin acceso a los mínimos esenciales de nutrición", *El Financiero*, 15 de octubre de 1991; "2 Padecen anemia 6 de cada diez mexicanos, afirman especialistas", *Excelsior*, 21 de octubre de 1991.
7. Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral, Octava Semana de la Investigación Científica, Cuadernos de Extensión Universitaria, Octava Semana de Investigación Científica, Coordinación de Extensión Universitaria, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., octubre de 1998, páginas 173 a 177; y Crisis, Valores y Reforma Moral, (Tres partes), periódico *Excelsior*, 3 de septiembre de 1996.
  8. Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral, Obra citada, páginas 137 a 177.
  9. Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral, Obra citada, páginas 137 a 177.
  10. Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral, Obra citada, páginas 137 a 177.
  11. "El México Profundo sigue vivo", *Excelsior*, 31 de julio de 1991.
  12. Algunas de las contradicciones que se reflejan entre el nivel de conciencia y el proyecto de desarrollo nacional se manifiestan en la oposición creciente que se establece entre formación de la conciencia nacional y la difusión de los contenidos de los medios de comunicación, particularmente electrónicos, en México. En este sentido, debido a la cultura paralela que han formado los medios electrónicos de difusión en México en las últimas décadas, se observa que los niños mayores de seis años conocen más la información televisiva que la transmitida en la escuela primaria o otros órganos culturales. Por ejemplo, en el terreno de la realidad nacional el 77% de los pequeños retienen más frases como "La chispa de la vida" o "Recuérdame" y sólo el 49% conserva otras como "¡Viva la Independencia!" o "La solución somos todos" o "El respeto al derecho ajeno es la paz". De igual manera, mientras que casi la totalidad de los niños (92%) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64%) identifica la Columna de nuestra Independencia o al cura Hidalgo. El 63% de los niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito "Carnet" y sólo el 43% reconoce la frase "El respeto al derecho ajeno es la paz". En resumen, observamos que de cada diez personajes que los niños identifican, sólo tres son de la historia de México. En el campo de la historia, el 67% de los niños identifican los días y horarios en que se transmiten sus programas favoritos de televisión, mientras que sólo el 19% enuncia las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de la historia nacional. Los super héroes de la televisión como "La mujer maravilla", son más conocidos por los pequeños (98%) que los héroes de la Revolución mexicana (33%). "El Chapulín Colorado" es más evocado por los infantes (96%) que los Niños Héroes de Chapultepec (82%). "Supermán" está más presente en la mente de los pequeños (97%) que Don Benito Juárez. En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56%) conoce el día en que se transmitía "Hogar dulce hogar", mientras que sólo el (86%) recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55% de los niños puede decir qué día se difundía el programa "Mis huéspedes", sólo el 32% sabe la fecha en que se celebra la fiesta de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños identifican mejor el logotipo de "Sabritas" (86%) que una ostia (46%). En el área cívica, el 87% de los infantes conoce los días en que se transmiten los programas cómicos y sólo el 13% sabe la fecha en que toma posesión el Presidente de la República. Sólo el 8% conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual, mientras que el 61% sí puede decir el día y la hora en que aparecen las series fantásticas. El 83% de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63% conoce el Calendario Azteca. Mientras que el 81% de los pequeños evoca el logotipo de los productos "Marinela", sólo el 66% identifica el escudo nacional. Las tres cuartas partes (77%) de los niños identifican la imagen de Chiclos Adams y menos de una quinta parte (17%) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates "Carlos V" es más reconocido (77%) que el Monumento del Angel o la columna de la Independencia (40%). La Televisión y los Niños. Conocimiento de la Realidad Televisiva Vs. Conocimiento de la Realidad Nacional, Cuadernos del Consumidor, Instituto Nacional del Consumidor (INCO), México, D.F., noviembre de 1982. Este problema de identidad se agrava crecientemente en la medida en que se avanza en la aplicación de los principios de mercado del Tratado de Libre Comercio sobre la comunicación colectiva nacional y se acentúa el debilitamiento de la política educativo-cultural del Estado Mexicano. "En el TLC el mercado fijará precios a los básicos", *Excelsior*, 27 de marzo de 1992; "¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?", *Excelsior*, 3 de junio de 1992; "Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos", *El Financiero*, 26 de noviembre de 1993.
  13. "La lógica del mercado", *El Financiero*, 4 de agosto de 1992; "Regula la existencia de la sociedad", *Excelsior*, 31 de mayo de 1992; "Base del Estado corporativo", *Excelsior*, 2 de junio de 1992; "Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado", *Excelsior*, 3 de junio de 1992; "Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del Estado", *Excelsior*, 4 de junio de 1992; "La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado", *Excelsior*, 5 de junio de 1992.
  14. "El retiro del Estado impone retos capitales al neoliberalismo", *Excelsior*, 28 de septiembre de 1993; "El cambio debe ser garantía de justicia", *Excelsior*, 28 de septiembre de 1993; "La nueva cara del regulador económico", *Excelsior*, 28 de septiembre de 1993; "Peligro el capitalismo salvaje", *Excelsior*, 2 de noviembre de 1993.
  15. "Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado", *Excelsior*, 13 de abril de 1992; "Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor", *Excelsior*, 15 de julio de 1992; "Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación", *El Financiero*, 13 de noviembre de 1992; "El Neointervencionismo Estatal", *El Financiero*, 23 de noviembre de 1992; "Clinton: ¿Un nuevo Liberalismo Social?", *El Financiero*, 24 de noviembre de 1992; "Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado", *Excelsior*, 26 de noviembre de 1992.
  16. "Liberalismo social, nuestra filosofía; Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente", *El Financiero*, 5 de marzo de 1992. "El liberalismo social", *Excelsior*, 7 de marzo de 1992; "El liberalismo social: Nuestro camino", *Uno Más Uno*, 8 de marzo de 1992; "¿Neoliberalismo social?", *Uno Más Uno*, 11 de marzo de 1992; "Entre la política y la economía. La condición de los serviles", *Excelsior*, 13 de marzo de 1992; "El liberalismo social fortalece la soberanía", *Uno Más Uno*, 1 de marzo de 1992; "Recursos a los marginados con mecanismos de mercado", *Excelsior*, 14 de marzo de 1992; "Que del liberalismo", *Uno Más Uno*, 17 de marzo de 1992; "De nuevo sobre el liberalismo", *Uno Más Uno*, 10 de marzo de 1992; "El liberalismo social se vive con el Pronasol", *Excelsior*, 21 de marzo de 1992; "Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único", *Excelsior*, 22 de marzo de 1992.
  17. "Demanda Octavio Paz el predominio de la moral en la vida pública", *Excelsior*, 17 de diciembre de 1995; "Antes de las reformas políticas y económicas necesitamos una reforma moral", *El Universal*, 17 de diciembre de 1995; "Es momento de reformas en todos los órdenes: Rivera", *La Jornada*, 14 de enero de 1996.
  18. "Es la pobreza el reflejo del fracaso del actual modelo económico: De Gasperín", *El Universal*, 23 de septiembre de 1995.
  19. Asociación Mexicana de Derecho a la Información, Objetivos centrales, Documento Base, México, D.F. enero del 2000, páginas 5 y 6.
  20. *Ibid.*
  21. *Ibid.*
  22. *Ibid.*
  23. *Ibid.*

*Manuel Espinoza*

# Cultura para construir la revolución

*La revista COMUNICACIÓN -por intermedio de su director Andrés Cañizález y de Marcelino Bisbal y Carlos Correa, miembros del consejo de redacción- sostuvo un diálogo con el viceministro de Cultura y presidente del Conac, Manuel Espinoza, quien explicó cuáles son las bases sobre las cuales se fundamenta la llamada "revolución cultural"*

**Andrés Cañizález (AC):** *Hace más o menos medio año, con una serie de cambios que se dieron en distintas entidades culturales, el presidente Hugo Chávez anunció que se estaba iniciando en el país una "revolución cultural". ¿Sobre qué bases se construye esa revolución?*

**Manuel Espinoza (ME):** Si me hubiera hecho esta pregunta hace un año, te hubiera respondido con unos planteamientos muy generales referidos a la intención de darle una composición mucho más amplia, en cuanto a compromiso del Estado y de la responsabilidad pública, al término cultura.

En esa época, planteábamos a la cultura como una acción desde sus aspectos específicos hacia el mejoramiento de la educación, el desarrollo social, la territorialidad y el ambiente. Estos eran nuestros primeros planteamientos. Y nos encontramos con que los recursos financieros e institucionales del Estado estaban fundamentalmente orientados hacia cuatro manifestaciones artísticas, privilegiándolas, y con una concentración de recursos y de instituciones aquí en Caracas. Esto lo entendimos como una deformación que había que superar. Entonces, independientemente de esa acción general de la cultura hacia la educación, el desarrollo social comunitario, el ambiente y la territorialidad, diseñamos ocho programas, comprendiendo que debíamos garantizar y consolidar el programa dominante que era las artes y sus instituciones.

Empezamos a trabajar en reforzar la artesanía, impulsándola de una manera vigorosa; el patrimonio cultural, que existía pero era débil; abrimos un programa de desarrollo sociocultural comunitario; la cultura y las prácticas artísticas en el sistema educativo (especialmente en el proyecto de las escuelas bolivarianas); la infraestructura cultural, un programa nuevo que no había sido atendido formalmente; las industrias culturales, poniendo énfasis en las radioemisoras comunitarias y en la televisión alternativa; las relaciones internacionales y la protección social.

Paralelamente al establecimiento de lo que podríamos llamar el Sistema Nacional de Cultura, articulamos el trabajo con la labor cultural de las alcaldías, de los municipios, de las direcciones de cultura de los estados, las corporaciones regionales de desarrollo, las universidades y las organizaciones culturales o fundaciones del sector privado que tuvieran presencia en algunas regiones del país.

La necesidad de asociarnos al empresariado privado, incorporarlo mediante estímulos y programas conjuntos en el financiamiento cultural, se refleja en el proyecto de la Ley de Mecenazgo, que por razones tácticas hemos incorporado al articulado del Proyecto de Ley Orgánica de Cultura.

Estamos trabajando en la Ley para darle una base jurídica a la labor que estamos desarrollando y al replanteamiento general de la cultura, que entendemos como la expresión y las manifestaciones

en general de la creatividad humana, como fuerza generativa que hay que estimular en todos los individuos y grupos. Por eso se justifica el relevo de las instituciones. Éstas estaban desarticuladas, eran entidades parceladas, cada una en territorios aislados, que no tenían una orientación común general ni prioridades porque no había política. Ése es otro de los vacíos que hemos llenado, hemos propuesto un cuerpo de políticas, que serán enriquecidas y modificadas desde la experiencia misma que estamos llevando a cabo.

Pero en el esfuerzo que estamos desarrollando nos encontramos con la realidad de la cultura institucional y organizacional, los hábitos administrativos, las trabas y dificultades dentro del aparato de gestión del Estado. Los hábitos y las leyes pareciera que estuvieran hechos como para que el Estado no funcionara.

Además de las trabas de tipo formal y administrativo, se nos plantea una dificultad mayor: una sociedad con un gravísimo déficit de socialización, un tejido social débil, un aparato de Estado ineficiente, una institucionalidad endeble, una sociedad desorganizada, no comprometida ni suficientemente capacitada, y una muy débil cultura cívica o ciudadana.

Esto se refleja en la falta de visión y sentido de las responsabilidades de los líderes medios y de los niveles operativos. Hemos encontrado dificultades de tipo político para coordinar con los directores de cultura de los estados por-



que no hay claridad en cuanto al fin que debería tener un director de cultura de un estado o un coordinador de cultura de un municipio. También en las reuniones con los representantes de los sindicatos nos encontramos con un grave problema de base, de comprensión, parece que estuviéramos hablando idiomas distintos. Hemos hecho intentos por establecer unas reglas de juego, un marco, para entendernos con ellos sobre la base de un cuerpo de valores, que apunte precisamente hacia la construcción social y de Estado, la formación de ciudadanía y la consolidación de instituciones, indispensables para cumplir la finalidad de transformación social real. Entonces nuestro trabajo, además de la gerencia propiamente dicha, tiene que complementarse con una labor de formación sociocultural, para crear bases de entendimiento viables socialmente. Creo que lo que he dicho describe los componentes de lo que nosotros llamamos "revolución cultural", que es una revolución humana...

**Marcelino Bisbal (MB):** *Cuando Usted explicaba los ocho programas que han diseñado, me llamó la atención que apuntó como primer gran programa, como programa dominante, "arte y sus instituciones", lo cual, a mi manera de ver, quiere decir que dentro de esta "revolución cultural" el mundo de las artes, entendida como el mundo de la alta cultura, de la cultura ilustrada, sigue siendo el dominante. Además, acota que el tema de las grandes industrias culturales es un programa importante pero pareciera que no un programa dominante, y no lo es cuando dice que en ese ámbito están contemplando el mundo de las radios comunitarias -prácticamente inexistente hoy por hoy en las condiciones del país y de toda América Latina-, y el mundo de las televisoras alternativas -también prácticamente inexistente. La pregunta es ¿cómo concebir un proyecto de "revolución cultural" sin tomar en cuenta el mundo de las grandes industrias culturales? Todos los estudios apuntan a que el ciudadano está orientando gran parte de su tiempo libre y de ocio hacia las industrias culturales, un mundo que no tiene que ver ni con las radios comunitarias ni con la televisión alternativa, y que sí tiene que ver con el mundo de la televisión abierta, del disco y del CD, del espectáculo en grandes espacios abiertos, etc. ¿Có-*

*mo contemplan ustedes, dentro de este proyecto de "revolución cultural", la relación de la cultura ilustrada con este otro mundo que la realidad, la cotidianidad, nos está diciendo que está copando cada vez más el espacio de disfrute, de tiempo libre de la gente?*

**(ME):** Quiero corregir esa interpretación justa que hiciste, porque lo dije incluso así: primer programa y además dominante... Esa es la realidad que tenemos, nos encontramos con un desequilibrio muy grande que no hemos podido corregir porque no tenemos los recursos para proporcionalmente dar a los otros programas lo mismo que reciben las instituciones privilegiadas.

Para nosotros la cultura es un proceso complejo de expresión, de las manifestaciones del hombre, del ser humano, y que en el plano propiamente estético se expresa en términos de mayor o menor complejidad de formalización de la experiencia significativa. Considero que el problema de la cultura ilustrada -como tú has dicho- es un problema también de democratización del acceso al disfrute de esas manifestaciones, tanto a las expresiones populares como a las expresiones de la cultura más elaborada, más compleja desde el punto de vista formal.

Consideramos que la comunicación de masas es primordial. Partimos también de otro principio, y de eso estoy convencido: una de las tareas centrales, implícitas en lo que es la responsabilidad del Estado en la cultura, es permitir crear las condiciones a todo el mundo, a todos los individuos y comunidades para que se puedan expresar y comunicar amplia y profundamente con los mejores recursos que se pueda. Esto para nosotros es primordial. Después las expresiones artísticas vienen como un proceso natural. Lo importante es que la gente se pueda comunicar y expresar en libertad, en una sociedad de convivencia, donde no haya explotación ni dominación ni enajenación.

Éstos son los objetivos centrales, fundamentales de este proceso, lograr una sociedad donde no haya explotación, dominación, enajenación, y que la gente pueda expresarse y, como decía el poeta, después los cantos vendrán solos y por sí mismos.

Lo que sucede es que estamos ante una situación heredada. Así como hemos heredado una sociedad con un déficit de

socialización grande, hemos heredado una deformación. Por ejemplo, el caso de los museos. Los más importantes del país son museos de arte que han logrado los más altos niveles de desempeño en América Latina. Son excelentes, de primera calidad, y esto es un logro que debemos mantener y seguir desarrollando, pero atendiendo a los ocho programas, y poniendo énfasis sobre todas aquellas experiencias comunitarias, porque por el problema de déficit de organización social tenemos que impulsar la organización comunitaria.

**Carlos Correa (CC):** *¿Qué esfuerzos se están haciendo para lograr la articulación con los medios de comunicación propiedad del Estado? Por ejemplo, ¿qué intentos hay para que el Canal 8 se asuma como una inversión cultural que desarrolle una televisión de servicio público o una oferta de comunicación que vaya en la línea del fortalecimiento de la cultura ciudadana? El otro tema que me gustaría que comentara es el del presupuesto. ¿Está creciendo la inversión en cultura a los niveles que debería tener de acuerdo con los estándares? Antes nos hablaba de un panorama de relativa ineficiencia en cuanto a la gestión, pero si además de la ineficiencia en la gestión se tiene un presupuesto insuficiente para lo que se pretende desarrollar, quizá estamos en un laberinto...*

**(ME):** Cuando llegué al viceministerio en las primeras declaraciones que di a la prensa dije que venía a vender confianza, responsabilidad y compromiso, porque estaba llegando a manejar un sector marginado desde el punto de vista político.

En el país el sector cultural se desarrolló bajo el principio de los protagonistas personales, que constituyeron toda una era que se cortó ahora. Todas las instituciones culturales del país, las más importantes, fueron producto del empeño de determinadas personalidades con relevancia social, intelectual, política o económica que, por esa razón, lograron acceder a niveles políticos. No fue por una decisión de Estado, sino por la decisión de un aparato de gobierno, con unos gobernantes que más o menos se interesaban en la cultura por su relación con esos personajes, por coyuntura, y no porque hubiera una política cultural de Estado.

Recibo un sector marginado -sostenido

y basado por los prestigios personales que han liderado los proyectos culturales-, recibo una entelequia con muy poca presencia y fuerza política. Con el agravante de que la concepción dominante de cultura que se ha tenido es una concepción parcelada, empobrecida. Si le preguntas a cualquier político venezolano ¿qué es cultura?, te dirá que es como una reserva federal donde viven unas etnias con costumbres distintas, que hablan su propio lenguaje, y que hay que respetar y nada más.

Que a nadie se le ocurra darle un proyecto serio a esas etnias, a esa reserva, porque son básicamente irresponsables. Este es el entendimiento tácito que hay aquí. ¿Cómo van a darle un proyecto serio a un pintor, a un poeta, a un músico o a un actor de teatro? Entonces, tengo que vender confianza, vender la cultura como algo verdaderamente importante. A eso me he dedicado yo durante este año y medio, a darle respetabilidad en el sector político al sector cultural: somos responsables, estamos comprometidos y somos confiables.



**(MB):** *¿El equipo que lo acompaña en la directiva que tiene que ver con el mundo de la cultura lo sigue en estos planteamientos, a ellos les ha logrado vender esta idea?*

**(ME):** Sí, creo que sí. Las direcciones generales sectoriales también eran entidades aisladas, no se reunían con el presidente del Conac con la intensidad que nos reunimos ahora, porque no había direccionalidad, no había coherencia tampoco. Ahora sí hay política, direccionalidad, coherencia, hay un trabajo... En año y medio nosotros hemos recorrido todo el país, y en este momento muchas de nuestras organizaciones tienen presencia en distintos sitios de Venezuela.

**(AC):** *Quisiera retomar el comentario de Carlos Correa con relación a cómo este esfuerzo se está articulando con otras entidades que tiene el Estado, como el Canal 8, Radio Nacional... con el aparato comunicacional que posee el Estado y que uno percibe como desarticulado.*

**(ME):** Totalmente. Y esa es la dificultad. También hay un problema de barreras intangibles, más duras que las otras, impenetrables, hay un problema de de-

sarticulación como tú dices, entidades aisladas, dominadas por visiones totalmente distintas a las que nosotros estamos manejando.

**(CC):** *El tema mismo de las radios comunitarias... Antes la legislación se construía en el ministerio de Transporte y Comunicaciones, luego en el ministerio de Infraestructura, y ahora está haciéndola Conatel, mientras ustedes están con una propuesta en el plano cultural, entonces ¿cuáles son las articulaciones?*

**Antonio Almeida –asesor del viceministerio-** **(AA):** Entendemos las industrias culturales del Estado como los bienes que éste posee y pensamos, de manera esquemática, que debe manejarse de forma simétrica con la industria cultural privada. Durante este año hemos tenido gran cantidad de contactos con los sectores de distribución, con exhibidores, hemos convocado al sector cinematográfico, televisivo, de radio y la industria del entretenimiento. En el sector del disco, por ejemplo, se está planteando tener una disquera junto con el sector privado. Las conversaciones que tenemos con los canales de televisión apuntan hacia hacer coproducciones.

**(MB):** *Siento que hay un tema que tanto el viceministro como Antonio están obviando o ¿es que la barrera es tan*

*grande que políticamente tienen que esquivarlo? En el tema de las industrias culturales nos plantea dos ámbitos específicos (radios comunitarias y televisión alternativa), pero por qué nos vamos a esas experiencias -que son pocas- cuando el Estado tiene en sus manos tres muy concretas y bien definidas: Canal 8, Radio Nacional de Venezuela e Imprenta Nacional. ¿Qué pasa con esto, es que se está manejando desde una perspectiva más política que cultural entonces no conviene que lo hablemos? ¿Si estamos trabajando en la idea de una "revolución cultural" por qué se obvia a los medios de comunicación propiedad del Estado? ¿El Proyecto de Ley de Cultura contempla de algún modo qué va a pasar con el Canal 8, con Radio Nacional?*

**(AA):** Vamos a la maraña. La comisión de enlace dos años atrás planteó que todos los organismos vincula-

dos con la actividad comunicacional -en ese tiempo Oficina Central de Información, Venpres, Canal 8, Radio Nacional, posiblemente Canal 5, más todas las direcciones generales sectoriales de ministerios y de institutos autónomos- debían concentrarse y acoplarse.

¿Qué ha pasado? Desapareció la OCI, que venía a ser una suerte de oficina estratégica de la Cuarta República, y en su lugar aparece el viceministerio de Gestión Comunicacional, que depende del ministerio de la Secretaría de la Presidencia.

Hay una cantidad de esfuerzos que aún están dispersos, lo que atribuyo en parte a lo mismo que se llama la sociedad transitoria. Pero hay síntomas de cambio, por ejemplo Ley Orgánica de Telecomunicaciones, que reemplaza a la ley del 40, o el Reglamento de las Radios Comunitarias.

**(MB):** *¿Qué pasa si mañana al presidente se le ocurre que el viceministro Manuel Espinoza debe salir y nombra a una nueva persona? ¿Este trabajo tendrá continuidad?*

**(ME):** Si dejamos las reglas de juego armadas... Si nosotros tuviéramos un Estado eficiente y cohesionado y una institucionalidad sólida no pasaría esto, no haríamos esa pregunta...

**(MB):** *Paradójicamente, es una pro-*

*puesta de Usted despersonalizar la institución, pero en este momento el proyecto lo encarna Usted...*

**(ME):** El problema es que estoy tratando de ejercer una función de facilitador, pero a partir de una interpretación porque a mí nadie me dio una cartilla de lo que debía hacer.

Por mi propia historia personal y mi presencia pública en el país me dieron esta responsabilidad por una propuesta de 61 intelectuales, porque personalmente yo no conocía al ministro Héctor Navarro ni al presidente Chávez.

Simplemente estoy interpretando, con un conjunto de personas que me acompañan, este proceso, vamos hablar de proceso, estoy interpretando la voluntad, los lineamientos explícitos que ha dado el presidente de la República y los que se han generado hasta ahora de los ministerios que han tenido que ver con las líneas de política del Estado.

Nuestra efectividad está en responder y expresar un sentimiento y una necesidad social. Está en esa articulación, en la armonía entre el sentimiento nacional y una necesidad real expresada en lo que nosotros estamos proponiendo.

La continuidad o no se responde en proporción a la solidez de las propias instituciones y sabemos que estamos en una realidad extremadamente frágil. La misma gestión general del gobierno, toda, dentro de todos los poderes, es todavía una masa que no ha cuajado. Falta mucho por andar.

**(CC):** *Una de las fragilidades es también que la política exige unos resultados, ¿esa ineficiencia heredada no conspira...?*

**(ME):** Conspira, claro. El enemigo fundamental de este gobierno y de esta gestión no está afuera solamente sino adentro. La tarea que nosotros tenemos es dominar las propias estructuras de gestión interna, de administración.

**(CC):** *El presupuesto para la cultura no ha crecido...*

**(ME):** Pasó de 51 a 80 millardos. Consideramos que no es un gran paso, no es suficiente. Estamos solicitando 300 millardos para el año que viene. Lograr 150 millardos nos daría un respiro.

**(MB):** *Usted decía "estamos interpre-*

*tando un sentimiento nacional". Yo me pregunto ¿cuál es ese sentimiento nacional? Puedo teorizar sobre él pero no tengo en este momento ningún indicador que me diga cuál es el sentimiento nacional. Queremos responder a necesidades reales en términos culturales y ¿cuáles son esas necesidades reales?*

*Una de las cosas que uno resiente en el país en estos años, a pesar de todos los esfuerzos que se han hecho, algunos buenos, otros malos, algunos regulares, es que nos estamos moviendo por la simple intuición por el olfato nada más. ¿Ustedes se han planteado la necesidad, más allá de hacer un Censo Nacional, de hacer una investigación que nos diga que quieren, por ejemplo, los jóvenes de este país en cultura, qué sienten como necesidad? ¿Se han planteado en el proceso de "revolución cultural" cómo medimos ese sentimiento nacional, cómo medimos esas necesidades a través de indicadores?*

**(ME):** Me parece correctísima tu inquietud. Nosotros estamos recogiendo datos en todos los estados, en los municipios más importantes de cada estado. También estamos trabajando con un sistema de información en redes del sector cultural, tanto de los entes tutelados como los adscritos y el Conac. Otro proyecto es un sistema unificado de gestión de la información y conocimiento del sector cultural, una unidad de análisis estratégico.

Cuenta también el contacto y la experiencia personal. Hemos ido a todos los estados del país, hemos recorrido como nunca se había recorrido antes el territorio nacional, creando proyectos específicos para cada región, por ejemplo, los complejos culturales comunitarios, formación de apicultores, cooperativas de mujeres, entre otros.

Estamos comenzando, pero tenemos la claridad y la intención. Estamos construyendo un sistema que no existía antes, un sistema articulado. Dentro de dos años o al final del año que viene aspiramos que podamos meternos en una computadora y tener contacto con todas las direcciones de cultura de los estados y que tengamos fuentes conectadas de información.

**(MB):** *La revista COMUNICACIÓN nace como un espacio para discutir el tema de las grandes industrias culturales, básicamente el mundo de la cultura*

*de masas, pero llegó un momento que nos dijimos que había que integrar el mundo cultural en nuestra reflexión para que ésta tuviera sentido.*

**(ME):** Ustedes están reflexionando sobre un principio de responsabilidades, estamos en sintonía, lo que queremos es construir este país, independientemente de la diferencia que pueda haber de enfoque. El problema fundamental es modernizar la institucionalidad y consolidar esas instituciones. Si no tenemos una base de ciudadanía, una organización social más o menos coherente, una estructura de Estado que se sienta y una institucionalidad estable, no se va a cumplir el propósito.

**(CC):** *Lo que uno siente es la necesidad urgente de un entramado que vaya generando aliento. Hay una necesidad de empezar a saborear cosas.*

**(ME):** Una cosa final con relación al tema de ustedes que es la comunicación. Yo soy pintor, los pintores somos básicamente artesanos. Tengo pacto con la imagen y no con la palabra. Y con la imagen silenciosa. Soy un hombre de bajo perfil, soy un constructor silencioso, creo en las realizaciones concretas y no en la pantalla, ni en la palabra ni en el alarde.

Cuando uno va al interior sientes testimonios vivos de que estamos haciendo las cosas de verdad. ■

## LIBROS



## LA CIUDAD RED

**Borges, Edgar (2001)**  
**Aquiles. El último fugitivo**  
 de la globalización  
 Alfadil Ediciones. Caracas, Venezuela

## I.

Frente al último acto que le ofrecía la memoria, Javier apretó el gatillo y con un salto fulminante se despidió de lo que siempre sospechó que no era vida" (p.33). Así comienza la historia, digamos mejor que la tragedia, si es que su anterior vida y existencia ya no estaba impregnada de tragedia, pero ahora era de signo contrario, es decir la desaparición más absoluta de toda realidad. Tenía otra significación, porque Aquiles —el padre de Javier— había escuchado un fulminante bang que le quitaba la vida a su hijo. A veces hay que perder y perderse para comprender el sentido de la vida humana y éso fue lo que le pasó a Aquiles. A partir de ese momento "Aquiles se dedicó a recorrer las calles con un ritmo de libertad jamás sentido por él. Atrás dejó la camisa limpia, los zapatos lustrados y el computador importado. Poco, muy poco, o casi nada, llevaba de su pasado. Su memoria era nueva; su misión también. Sin dudas, ahora Aquiles era un tipo muy peligroso en un mundo de zombies silvestres" (p.37).

Es el mundo que nos está tocando vivir, es el mundo mundializado culturalmente y globalizado económicamente. ¿Cuántos Javier tienen que perder la vida para darnos cuenta de este mundo deshumanizado y convertido en simples datos y flechas que van y vienen? ¿Cuántos Aquiles deben extraviarse en la vida para entenderse y entender el tiempo perdido? De hecho son muchos los Javier y los Aquiles que nos rodean, que vemos todos los días... Quizás lo que nos dice el autor sirva para comprender, para dejarnos insatisfechos con la existencia que hemos construido y que nos está construyendo: "Eran imágenes de magos del silencio que se burlaban de un joven prisionero de una computadora. Si bien es cierto que para Aquiles aquella visión resultaba incomprendible, no era menos evidente que le afectaba cada vez que se asomaba en su cerebro. Eran chispas ardientes que amenazaban con devorar la mente de Aquiles. Era el pasado pretendiendo arruinar el presente de un hombre sin tiempo que había ganado con la locura el derecho de reír en libertad" (p.41).

## II.

Estamos en presencia, como ya han apuntado diversidad de autores, de la Sociedad Red.

Esta está cada vez más determinada por la constatación dominante de las tecnologías de la información y los usos que se está haciendo de ellas. La base material de la Sociedad Red y de la Revolución Tecnológica Informacional (Manuel Castells) es el Internet y todo lo que de él se deriva en usos múltiples. Esperanzas y escepticismos son las muestras de discursos frente a esa tecnología. Para algunos la sociedad será salvada —y nos preguntamos: ¿salvada de quién y de qué? Además: ¿por quién?— por esta invención que representa la clave de la llamada nueva economía en los países del primer mundo. Las aparentes evidencias de esa salvación están indicadas en las cifras millonarias que hoy represente el Internet como centro de la economía global del presente:

-Internet proporcionó unos ingresos mundiales superiores a 300.000 millones de dólares a las empresas norteamericanas, y dio trabajo a 1,2 millones de personas. Las empresas de EE.UU son responsables del 85% de los ingresos totales de la economía de Internet.

-Tras cinco o seis años de funcionamiento de esa economía (la de Internet) puede mirar a la cara —y pronto superará— a industrias como la del automóvil (cuyo valor comparativo es de 350.000 millones de dólares), la energía (223.000 millones) o las telecomunicaciones (270.000 millones).

-Si se comparan esos 300.000 millones de dólares que genera Internet en EE.UU con el PIB de los países, se situaría como la economía decimotava del mundo, por detrás de Suiza y por delante de Argentina.

-Según un informe de 1998, del Departamento de Comercio de EE.UU, el 22% del crecimiento del PIB de EE.UU se debió a las industrias de la información. Haciendo prospectiva, se señala que en el 2006, la mitad de los ciudadanos norteamericanos (el 49%) trabajará en compañías productoras o usuarias de productos y servicios de tecnología de la información.

-La economía generada por Internet se convertirá en 2003 en la tercera más grande del mundo, tras Estados Unidos y Japón, y por encima del PIB alemán, francés o británico.

Pero a pesar de todos esos signos de puro valor económico, Aquiles aun se preguntaba y se pregunta, ante la visibilidad de "La máquina del silencio", por la pérdida de su memoria, por la ausencia de una memoria en la gente que no era capaz o no quería recordar su pasado y su presente. Aquí empezaban, a golpe de martillo, las preguntas de Aquiles:

- "¿Será que la 'Máquina del silencio' tam-

bién le robó la memoria al resto de la gente... ¿Será por eso que todos lucen tan tristes y tan parecidos...? ¿Será que todos somos zombies?

- "¿Será por eso que hasta hace poco todos caminaban hacia una misma dirección, compraban en las mismas tiendas, llevaban el mismo silencio?

- "¿Y ahora abandonaron las calles miserables para esconderse en sus madrigueras...?

- "¿Será que la 'Máquina del silencio' le robó la esperanza a las calles?...? ¿Será por eso que cada segundo son más los que caen y menos los que resisten...?

- "¿Será por eso que segundo a segundo conversamos menos...?

- "¿Qué poder maléfico se adueñó de los sueños de todos...? ¿Cuál red habrá tenido tanto dinero como para cerrar y comprar nuestros negocios...?

- "¿Por qué hay tanto silencio en las calles...? ¿Quiénes dominan y quiénes mueren...? ¿A quienes dejaron fuera de las pantallas de 'La máquina del silencio...? ¿Por qué ahora los diferentes somos los marginados...?

- "¿Qué hacen todos refugiados en sus hogares mientras el mundo se cae a pedazos...? ¿Por qué en medio del silencio todos se parecen tanto...?

- "¿Quién se robó mi memoria y la de los demás...?

- "¿Por qué ahora nos acercan los cables y nos alejan las palabras...? ¿Por qué ahora nuestras venas están enchufadas...? ¿Cuánto tiempo nos queda de vida...?" (ps.58 a 70).

Interrogantes y más interrogantes. No hay respuestas satisfactorias frente a las preguntas de Aquiles, aunque en el fondo se sepa quiénes son los culpables y ellos sepan que son los culpables. ¿Y nosotros? No tenemos tiempo para detenernos un rato, porque "Los creyentes seguían su mirada y sus palabras: 'Madre Red' que domina el universo, glorificado sea tu cerebro; venga a nosotros tu reino; hágase tu voluntad en la tierra como en el cielo. Danos hoy tu conocimiento de cada día, perdona nuestras debilidades como también nosotros perdonamos tus interrupciones; no nos dejes sin tu poder y libranos de la desinformación. Amén" (p.18).

## III.

Bertolt Brecht en 1929 ya había profetizado "la ciudad de la red". Hoy ya no es una profecía, es una inexorable realidad. Decía la poesía de Brecht: "Alcemos por eso una ciudad aquí, y vamos a llamarla Mahagunny./O sea: ciudad de la red./Será como una red/ de las que

se tienden para atrapar pájaros comestibles./Por todas partes esfuerzos y trabajos/aquí, sin embargo, sólo diversión./La voluptuosidad del hombre quiere/alejar el sufrimiento y que nada esté prohibido./Ese es el corazón del oro". Pero el sentido de la red no ha sido ése, aunque pueda estar presente en la mente de muchos de nosotros y debería de estar. El escritor alemán Enzensberger nos lo dice: "Pero el verdadero evangelio de la Red es el capital. Nunca antes se ha invertido tanto dinero tan rápidamente en un medio. Las empresas de tecnología de la Red que arrojan cada año pérdidas enormes se negocian en la Bolsa a cotizaciones astronómicas. Su valor de mercado supera al de muchas empresas industriales multinacionales. Internet se considera la meca de los inversores".

De repente, "el altanero desconocido volvió a lanzar su pesada palabra. -Loco del carajo, ¿acaso no sabes usar Internet...?" (p.101).

Se nos dice, como verdad científica, que la Sociedad Red representa un cambio cualitativo en la experiencia humana. De esto no tenemos la menor duda, a pesar de las evidencias en contrario y que pesan demasiado sobre los hombros del llamado "otro mundo", es decir, aquellas regiones del planeta a las que se les invita a participar de las bondades del informacionalismo cuando todavía no han logrado su-

perar mínimas condiciones de existencia verdaderamente humana. El presidente de Tanzania, Benjamin Mkapa, en la última reunión de Davos lanzó la voz de alarma al decir que "La brecha de riqueza entre los países pobres y los ricos se está ampliando, y las diferencias en el tema digital e Internet es cada vez peor (...) Claro que se nos dice que la globalización es buena para todos y que Tanzania también puede beneficiarse; tenemos las mismas probabilidades de beneficiarnos de la globalización que de ganar la Copa del Mundo de fútbol si nos presentamos".

De pronto, mientras Benjamin Mkapa decía lo que decía, Aquiles "Les recordó a todos, aquellos tiempos cuando nuestros pasos iban al ritmo de la vida; cuando había tiempo para conversar y pasear por los parques de persona a persona, de ser a ser..." (p.86).

#### IV.

Aquiles. El último fugitivo de la globalización. Es la historia contada a través de fotografías, comics y textos cortos de la incomunicación del presente, aún a pesar de ser un mundo tan interconectado, a pesar de estar en la Sociedad Red. Es la manera de contarnos como son nuestras existencias reales y virtuales. Aquiles. El último fugitivo de la globalización no refie-

re cifras, pero tampoco evidencias científicas (¿qué es lo científico?). Nos muestra movimientos, imágenes, sueños, descalabros, angustias, miedos, pérdidas, amores, mal humor, ... en suma nos presenta "oscuros caminos de un mundo uniformado que surgió devorando hombres y vomitando zombies por cada rincón de la tierra" (p.113).

Llegados hasta aquí tengamos presente las palabras de José Saramago: "(...) Me apuesto la cabeza a que ha pasado esto, murmuró el alfarero, y entonces se sintió muy cansado, no por haber forzado demasiado la mente, sino por comprobar que el mundo es así, que las mentiras son muchas y las verdades ninguna, o alguna, sí, deberá de anclar por ahí, pero en cambio continuo, tanto que nos da tiempo a pensar en ella en cuanto verdad posible porque tendremos que averiguar primero si no se tratará de una mentira probable".

"La Madre Red" sabía que un fugitivo andaba liberando una risa de loco por la vía, quebrando silencios y despertando vidas" (p.113). ¿Quién podría ser? Aquiles. El último fugitivo de la globalización. ¿Por qué hacía lo que hacía? Simplemente para vivir como Dios manda. Saludos, amigo Edgar Borges. ■

**Marcelino Bisbal**

# Informe Anual El estado de la Publicidad y el Corporate en España y Latinoamérica

**Villafañe, Justo (director) (2001)**  
**Universidad Complutense de Madrid.**  
**Departamento de Comunicación**  
**Audiovisual y Publicidad 1**  
**Madrid, España**

En julio fue presentado en Madrid el tercer informe anual sobre "El estado de la Publicidad y el Corporate en España y Latinoamérica", que fue realizado por el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1 de la Universidad Complutense y patrocinado por Telefónica, BBVA, Gas Natural y Endesa. El informe, dirigido por Justo Villafañe, recoge los cambios producidos en el sector de la publicidad y en la gestión de la comunicación en las empresas e instituciones españolas durante el año 2000. Incluye, además, un dossier monográfico sobre La Gestión Estratégica de la Marca dirigido por Angel Alloza y en el que se ofrece una visión muy actual de la importancia de las marcas y se indican las principales metodologías para la creación y gestión de una marca.

La principal novedad del anuario del 2001 es la creación del "Observatorio Permanente de la Publicidad y el Corporate en Latinoamé-

rica" cuya primera investigación, sobre el mercado publicitario en siete países de América Latina, se recoge en este informe. En dicho informe, la responsabilidad por Venezuela, estuvo a cargo del sociólogo y presidente de Innovatec-Innovarium Inteligencia del Entorno, Observatorio Cultural y Comunicacional de Venezuela, Carlos Enrique Guzmán Cárdenas. Además se ha creado un "think tank" compuesto por profesionales de la comunicación empresarial europeos y latinoamericanos que efectuarán, de manera permanente, un estudio prospectivo sobre la publicidad y el corporate en los dos continentes.

El dato más relevante de la publicidad en España en el año 2000 es el descenso en el incremento de la inversión, el 9,35%; incremento que sabe a poco después de los últimos y excepcionales ejercicios. Respecto a la inversión publicitaria en Internet, que desde este año se considera medio de comunicación convencional, refleja un incremento de un 255%, pero a pesar de su espectacularidad esa inversión en cifras absolutas sólo representa el 1% del total del año pasado.



En lo que se refiere a la evolución del corporate en España durante el año 2000, se confirman las tendencias ya apuntadas en ejercicios anteriores. Los activos intangibles de las empresas son cada vez más valorados en España, como lo demuestra el hecho de que cada vez es mayor la inversión económica y el número de programas de gestión de estos activos.

En cuanto a la gestión de los intangibles, la marca, la gestión cada vez más estratégica de la imagen corporativa y la cultura organizacional son las que mayor importancia alcanzan en opinión de los expertos. Además, la gestión del conocimiento y la de la reputación corporativa, aunque aún no se encuentran consolidadas en España y Latinoamérica, suscitan cada vez mayor interés por parte de los responsables de las grandes organizaciones. El próximo año (2002) el estudio monográfico versará sobre "La responsabilidad social de las empresas" y estará dirigido por Aurora Pimentel, Rosamud Thomas y Carlos Guzmán Cárdenas (por Venezuela). ■

# REVISTAS



**Telos**  
**Revista de Estudios**  
**Interdisciplinarios**  
**Volumen 3,**  
**Número 1. 2001**  
**Universidad**  
**"Dr. Rafael Belloso**  
**Chacín", URBE.**  
**Maracaibo, Venezuela**

En este número, Telos difunde los resultados de diversas investigaciones realizadas en los centros de investigación de URBE.

Magdalena Alberto Andrés, en el texto Internet, escuela y vida cotidiana en la infancia, explora las motivaciones psico-sociales de los niños para el uso de Internet, analiza los nuevos elementos culturales propiciados por esta herramienta informativa y hasta qué punto las actuaciones de las instituciones educativas sobre Internet se encuentran cercanas o alejadas de las motivaciones reales que guían a los niños para su uso.

En el artículo Investigación y Desarrollo: Sistema Nacional de Innovación, Maritza Avila Urdaneta, estudia la propuesta de la Comisión Técnica del Consejo Nacional para la difusión de un Sistema Nacional de Innovación.

Otros artículos incluidos en este número son los siguientes: La planificación del mercado en los estudios de cuarto nivel: una aproximación de mezcla de mercadeo, de Jesús Cendrós; La familia venezolana desde la perspectiva de la mujer sola jefe del hogar, de María Bibiana Monasterios; y Tecnologías de información en bibliotecas universitarias, de Nelly Primera.



**Chasqui**  
**Revista Latinoamericana**  
**de Comunicación**  
**Número 75. Septiembre 2001**  
**Ciespal**  
**Quito, Ecuador**

El artículo principal de esta edición de Chasqui aborda el tema de los talk-shows. Jorge Acevedo Rojas en el texto Talk shows, fascinación o rechazo explica las causas de la contradicción en torno a este género televisivo.

Incluye dos artículos que tocan el tema de la libertad de prensa desde diferentes perspectivas: ¿Libertad de prensa o libertad

de empresa? de Antonio Pasquiali y ¿Hay ahora libertad de prensa en Europa Oriental? de Raúl Sorrosa.

También es parte del número un artículo elaborado por Federico Rey Lennon y Gerardo López Alonso titulado La comunicación en América Latina. Informe de Argentina. En el tema de cine se encuentra un texto sobre el director Lars von Trier, mientras que en materia de radio se incluye un artículo de Alberto Souviron titulado La BBC de Londres y su realidad actual.

**Diálogos**  
**de la comunicación**  
**Número 62. Julio 2001**  
**Federación Latinoamericana de Facultades**  
**de Comunicación**  
**Social (Felacons)**

Con motivo de cumplirse 20 años de existencia de la Felacons, Diálogos recoge en este número una serie de ensayos que ofrecen nuevas pistas en materia de formación de comunicadores.

Entre los ensayos incluidos en esta entrega están los siguientes: La nueva escena y el comunicador social, de Marcelino Bisbal; Identidad del campo de la comunicación, de José Marques de Melo; El saber tecnológico y la enseñanza de la comunicación social: un modelo para armar, de Fernando Villalobos; y La formación académico-profesional ante la diversidad de los actuales escenarios, de Estela Zalba y Jorgelina Bustos.



**Comunicación**  
**y Sociedad**  
**Revista de la Facultad**  
**de Comunicación**  
**Vol. XIV. Número 1.**  
**Junio, 2001**  
**Universidad**  
**de Navarra**  
**Pamplona, España**

Espectacularización en la cobertura informativa de las elecciones mexicanas a la presidencia, firmado por José Lozano Rendón, del Instituto Tecnológico de Monterrey, es uno de los principales artículos de esta edición de Comunicación y Sociedad. El autor, mediante el análisis de contenido de tres diarios nacionales y tres telediarios nocturnos, buscó determinar si la cobertura de las elecciones mexicanas de 2000 fue equitativa y equilibrada. Los resultados mostrados en

el texto confirman que si bien se presentó una cobertura equilibrada y equitativa en lo general, los medios mexicanos reprodujeron el fenómeno de trivialización y espectacularización de las noticias característico de EEUU y otros países.

En el artículo Principios de comunicación interna en el tercer sector, José María La Porte, de la Universidad de Santa Cruz de Italia, señala algunos principios de identidad institucional y estrictamente comunicativos que ayudan a diseñar la comunicación interna de una institución sin ánimo de lucro.

Otros de los textos que publica la revista son El derecho de autor en la sociedad de la información de Julián Rodríguez Pardo, y Algunas claves de la expansión de los grupos de comunicación españoles en América Latina, de Mercedes Medina Laverón.

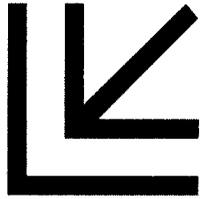


**Voces y Cultura**  
**Revista**  
**de Comunicación**  
**Sumario N° 16.**  
**II Semestre 2000**  
**Ediciones Voces**  
**y Cultura**  
**Barcelona, España**

En esta ocasión Voces y Cultura presenta un conjunto de trabajos que contribuyen a una aproximación comprensiva al complejo tema de los estudios culturales.

Algunos títulos del número son los siguientes: Los estudios culturales y sus legados teóricos (Stuart Hall), Investigaciones singulares y audiencias sin lugares: los estudios culturales sobre recepción (Anna Clua), Sobre la definición de "lo interesante" en los estudios culturales latinoamericanos (Ricardo J. Kaliman) y Los usos de la teoría cultural (Raymond Williams).

Incluye también un artículo-conferencia de Pierre Bourdieu (Por un saber comprometido) cuyo tema central es la posibilidad de alcanzar una provechosa complementariedad entre teoría social y práctica política, entre scholarship y commitment, entre investigación científica y compromiso social.



## José Ignacio Rey Espíritu libre y comprometido

■ Narsa Silva

Con una amplia formación académica como filósofo y teólogo, José Ignacio Rey, oriundo de la ciudad marítima e industrial de Bilbao, País Vasco, recorrió los quince años de carrera jesuita en diferentes lugares: España, Alemania e Italia, para finalmente trasladarse por iniciativa propia a América, siendo asignado por la Compañía de Jesús a Venezuela, donde se “estrenó como Jesuita formado”.

En tierras vascas transcurrieron los años de su infancia y adolescencia, para luego partir a otros destinos que lo trajeron a nuestro país en 1967. A Venezuela le ha brindado “casi” 35 años de intensa actividad, habiendo formando a un cuantioso número de alumnos en la Universidad Católica Andrés Bello, entre los cuales me siento afortunada de haberme encontrado dentro de su cátedra de Ética Profesional.

Sin duda alguna, todos sus alumnos han disfrutado de sus conocimientos y vivencias, y reconocemos en él a un docente con vocación de entrega y servicio, exigente y servicial, que despertaba a su paso cariño, respeto y admiración.

Jesuita de espíritu humilde, libre y comprometido con sus ideales, tiene entre sus virtudes ser dueño de una amplia cultura y sapiencia. Su sencillez, calidad humana, sinceridad y agudo sentido del humor lo caracterizan.



Con esta sinceridad y humor recorre para este perfil los principales caminos de su vida, iniciando este recorrido en su infancia.

### ENTRE LA MEDICINA Y EL SACERDOCIO

Es el segundo de cinco hermanos, producto de una “hermosa pareja: gente sencilla que nos enseñó siempre el valor de la honestidad y la lealtad, del trabajo y la familia. Mi familia la siento muy cercana, y las virtudes que yo pueda tener, fundamentalmente considero que fueron aprendidas en el hogar”.

Cursó su primaria en una escuela pública “con la suerte de haber tenido excelentes maestros”, y luego estudió en el

Colegio de Jesuitas en Bilbao. Al terminar el bachillerato, comenta que tenía la ilusión en la vida de hacer algo hermoso y generoso hacia los demás. “Eso es el cristianismo en el fondo. Mi familia siempre fue muy cristiana, pero nada fanática. Cumplidores de los deberes de iglesia, éramos, sin embargo, más cristianos que de iglesia”.

Pensó que una carrera hermosa podía ser la medicina, porque veía en ella la oportunidad de servicio a los demás, en algo tan fundamental como es la preservación de la vida. A fin de cuentas, una carrera científica pero cargada de humanismo. La otra alternativa era seguir a la Compañía de Jesús, que también la veía como una excelente oportunidad de entregarse a los demás y de hacer el bien. “Yo alguna vez he dicho que yo entré a jesuita como pude haber sido médico, porque entiendo mi vocación como una ayuda al mejoramiento de la calidad de vida de la gente. Los jesuitas tienen una organización misionera, gente desprendida con una gran capacidad de servicio y disponibles para ir donde más se los necesite. Opté por esta segunda forma de la medicina”.

Con una formación larga y sólida, se siente muy orgulloso de pertenecer a la Compañía de Jesús. “Yo pretendo ser profundamente cristiano, pero mi estilo de cristiano, sacerdote y jesuita es parecido al que tenían mis padres como cristianos, es decir, no soy un hombre excesivamente ‘clérigo’, me gusta más sin-

tonizar con lo humano, estar cerca de la gente y de sus problemas; siempre con una actitud muy abierta. Lo importante no es que los jesuitas seamos importantes, lo importante es que la gente sea mejor y feliz; nosotros sólo somos un instrumento”.

Recuerda los principios de San Ignacio de Loyola que advertía “cuidado con creernos importantes, lo nuestro es para servir”. Afirma que aspira al servicio de Dios en la Compañía de Jesús para mejorar la calidad de vida de la gente en un sentido integral. “No sólo es esa vieja idea de que los demás se salven, como si salvarse fuera ir al cielo y evitar el infierno. Yo creo que la gente se salva en esta vida. Es aquí donde está en juego la lucha entre el bien y el mal. La vida posterior se debe dejar en manos de Dios; el reto está aquí”.

Una vez que decide ingresar a la Compañía de Jesús, empieza un largo recorrido de formación. En Alemania obtuvo la Licenciatura en Filosofía; en España cursó la licenciatura en Teología, y luego se trasladó a Roma para cursar en la Universidad Gregoriana un postgrado en Teología Espiritual, en el que el tema de su tesis versó sobre “La institución de la propiedad privada en los pensadores cristianos de los siglos I-IV”.

Al culminar sus estudios de postgrado, se trasladó a tierras venezolanas en 1967. Comenta que venir a América fue una decisión suya. “Cada región de España se ocupaba de una parte de América Latina, y los jesuitas de mi región tenían asignadas Centroamérica y Venezuela. Una vez que propuse América como destino, mis superiores me destinaron concretamente a Venezuela”.

Entre las razones por las que escogió este continente “para estrenarse como jesuita formado”, señala que, además del idioma, y de considerar esta región geográfica como una extensión de su familia espiritual, “veía que España y Europa tenían demasiada atención y que en este continente había grandes retos y faltaban operarios y cosas por hacerse. También porque España tenía y tiene un deber histórico en estas tierras. España se comprometió aquí, para bien o para mal, en época de la conquista y la colonia, y aunque yo no soy favorable ni a conquistas ni a colonialismos, considero que dejó tareas pendientes; en ese sentido, España debe asumir el compromiso de lo que hizo mal y del bien que no acabó de hacer”.

A esto hay que agregar el talante misionero de la Compañía de Jesús, integrado ya a este joven jesuita, y que resultaba una inspiración para recorrer nuevos caminos.

### SUS VIVENCIAS EN LA UCAB

Al llegar a Venezuela, inmediatamente lo destinaron a la Universidad Católica Andrés Bello, con el propósito de formar parte del equipo del Instituto de Estudios Teológicos, del cual fue, primero, subdirector (1967-70) y luego director entre 1970 y 1972. “El equipo concibió al Instituto como una pequeña escuela universitaria, se investigaba sobre temas de teología cristiana y se brindaba a seculares y religiosas cursos nocturnos de teología en tres años. Siempre luchamos porque las labores del instituto y el título que otorgábamos a esos estudios tuvieran cada vez más reconocimiento”.

Al mismo tiempo se inició como docente en otras escuelas y comenzó a dictar dos cátedras: Filosofía Social y Política en la Escuela de Ciencias Sociales, que continúa en la actualidad, y Fenomenología Socio-Religiosa (luego y hasta el presente, Ética profesional de la Comunicación) en la Escuela de Comunicación Social.

La cátedra de Fenomenología “era una especie de Antropología del hecho religioso en América Latina, que trataba de la influencia de la religión en los pueblos latinoamericanos, con un enfoque cristiano desde la óptica de la Teología de la Liberación”.

Junto a otros jesuitas y profesores laicos, participaban del espíritu de esta tendencia cristiana, lo cual les trajo problemas. “Desde el Instituto se encarna ese espíritu progresista. Nosotros veníamos con el Concilio Vaticano II recién terminado, con una visión progresista de la Iglesia, muy moderna y liberal, que chocó con ciertas estructuras conservadoras dentro y fuera del recinto universitario, todo ello en medio de la década convulsionada y esperanzadora de los sesenta”.

A su vez, existía un estudiantado “particularmente inquieto” que demandaba una universidad más abierta, comprometida y democrática. “Apoyamos a los estudiantes, creíamos en los jóvenes, y considerábamos importante darles representación estudiantil y producir egresados comprometidos con el cambio social”.

El final de la crisis sobrevino con la expulsión en el año 1972 de varios estudiantes y cinco profesores, tres de ellos jesuitas, entre los cuales se encontraba Rey. Esta expulsión de la UCAB duró sólo un año, pues en 1973 se reincorpora nuevamente a esta casa de estudios, en la cual ha ejercido una magnífica labor docente.

Al recordar esta época de su vida, comenta que fue “intensa e interesante”. Sin duda fue una crisis, y de toda crisis surgen oportunidades que él supo aprovechar para enrumbarse hacia nuevos horizontes.

### RECORDANDO AL CENTRO PELLÍN

Una vez temporalmente fuera de la UCAB, se reúne con varios jesuitas que deciden formar su propio equipo y es así como nace el Centro Pellín, una comunidad jesuita que intentaba convertirse en un centro especializado en Comunicación Social. “José Martínez Terrero, Epifanio Labrador, Ignacio Ibáñez y yo fundamos el Centro Pellín, a finales de 1972. La orientación del Centro era crear un equipo al servicio de la comunicación popular y alternativa, es decir, dotar a los pobres de vehículos de expresión, y crear para ellos medios económicos alternativos y flexibles”.

Además de filósofo y teólogo, entra entonces de lleno en el mundo de la comunicación, el cual hizo también suyo, desde la teoría y la práctica. “Ahí empieza mi dedicación mucho más determinante al mundo de la comunicación. En esta nueva línea de trabajo escribí varios artículos sobre cómo entender la comunicación alternativa, dándole a la misma un matiz político en el mejor sentido de la palabra. Me dediqué ahí a construir un basamento teológico y político de la obra que nacía. Hicimos cosas muy hermosas, como comprar un aparato grabador multiplicador que a gran velocidad reproducía programas de radio que pudieran ser distribuidos en los barrios”. Señala que esta práctica de comunicación alternativa le obligó a teorizar, a relacionarse con el mundo de la comunicación y a estudiar.

Fueron creando su propio archivo bibliográfico, y estableciendo contactos con otros centros latinoamericanos que trabajaban sobre esta área. Se empezaron a dar cursos en distintas comunidades de los sectores populares sobre co-

municación alternativa, sobre cómo usar los grandes medios, y sobre cómo podrían organizarse y hacerse oír.

Luego se incorporan al equipo Francisco Tremonti, S.J, que venía de Estados Unidos de realizar un postgrado en Televisión, y Jesús María Aguirre S.J, egresado en Comunicación Social.

Conformaban un equipo multidisciplinario que decide crear una revista especializada en el área que trabajaban. Así surge *Comunicación* en 1974, concebida como “un medio democrático integrado por un equipo multidisciplinario, cuyo propósito era generar opinión y pensamiento. Más tarde entraron laicos y seglares en el proyecto de *Comunicación*, entre ellos, Marcelino Bisbal, Sebastián de la Nuez y César Miguel Rondón”.

El Centro Pellín funciona hasta principios de los años ochenta, y luego su equipo y la revista pasan a formar parte del Centro Gumilla donde hasta hoy se mantiene.

Sin duda alguna, la revista *Comunicación* a lo largo de su historia ha representado un valioso aporte al mundo de la comunicación, la investigación y la academia. Para Rey el principal éxito de la revista es que ha sido y continúa siendo “una referencia nacional obligada, para comunicadores sociales, investigadores, y en cierto modo, para el político que entiende el fenómeno de la comunicación. Siempre ha sido considerada como una revista seria, comprometida con el cambio social, con incidencia política, que está integrada por un equipo de profesionales interdisciplinario, y que a lo largo de su trayectoria ha mantenido la coherencia de su línea editorial”.

Rey enfatiza que, si bien es cierto que la revista se ha acomodado al devenir de los tiempos, no tiene por qué acomodarse a cualquier ideología. “Creo que hay que estar al día, pero con criterio. No podemos adaptarnos a lo que prevalece simplemente porque prevalece. Debemos mantener una postura crítica, sin perder de vista nuestra línea editorial. Por otra parte, estoy convencido de que es precisamente en el ámbito de la política donde se toman las grandes decisiones y una revista de comunicación tiene que estar atenta a lo que ocurre en el continente, y en ese sentido tiene que tomar posiciones, pero con un sentido crítico y analítico. La revista es para mover la realidad, no puede quedarse en el academicismo



puro, debe mover conciencias para cambiar las realidades y tiene que estar siempre muy contextualizada”.

Confiesa que el proyecto de la revista *Comunicación* resultó un éxito como modelo, pues “siendo una revista de jesuitas, en cierta forma deja de ser nuestra, de la Compañía de Jesús, pues se ha conducido con un criterio amplio y liberal, creando y dejando un espacio para todos”.

**Además de su pasión y dedicación a la revista *Comunicación*, en este breve recorrido por las vivencias y experiencias de José Ignacio Rey, hay que hacer especial mención de su vocación y dedicación a la docencia.**

#### **LA DOCENCIA: UNA VOCACIÓN HEREDADA**

Rey, al hablar de su pasión y dedicación hacia la docencia, recuerda a su familia con especial cariño. Admite que su vocación docente le viene heredada de sus ancestros.

Proviene de una familia de maestros. “Mi abuelo fue un maestro de escuela estupendo, en el pueblo donde nació mi padre. También una tía muy cercana fue mi maestra y me enseñó el deber ser de un maestro”.

Está próximo a cumplir 35 años en la docencia. Desde 1967 es profesor regular de la UCAB y ha sido profesor invitado en la UCV. A lo largo de su carrera ha impartido las siguientes cátedras y seminarios: Ética Profesional de la Comunicación (Cátedra); Filosofía Social y Política (Cátedra); Fenomenología Socio-Religiosa (Cátedra); Filosofía de la Religión (Cátedra); Antropología Bíblica (Cátedra); Situación Social y Política de América Latina (Seminario); Sociología de la Comunicación (Seminario); Teología de la Liberación (Seminario).

Valora muchísimo la docencia, y la considera como una “infinita paternidad responsable, sin caer nunca en el paternalismo. A mí me gusta más que

me llamen maestro. Si al final del año logro haberme merecido el título de maestro, ese para mí es el mayor logro; porque profesor es el que entrega conocimiento, pero maestro es el que enseña a vivir la vida y la profesión, y esto me parece un reto más difícil y más hermoso”.

Su paso por la docencia le ha dejado grandes satisfacciones. Para Rey es un compromiso, una responsabilidad, un deber y una vocación, que ha desempeñado con mucha mística a lo largo de su trayectoria como docente.

Esta dedicación y entrega a la docencia fue premiada al recibir la Medalla de Plata al Mérito Académico y la Medalla de Oro al Mérito Académico, otorgadas por la Universidad Católica Andrés Bello.

Además de docente, es un investigador reconocido en las áreas de Filosofía Política, Comunicación Social y Teología. Ha sido profesor-guía y jurado examinador de muchas tesis en las áreas de Comunicación Social y de Ciencias Sociales; ha participado en foros, conferencias y debates, en el ámbito estrictamente académico y también en Radio y Televisión, y ha sido ponente invitado en varios Congresos Nacionales e Internacionales, sobre temas de Teología, Comunicación Social y Ciencias Sociales.

Es miembro de la Asociación Venezolana, Latinoamericana y Mundial de Investigadores de la Comunicación; miembro Directivo del Comité por una Radio-Televisión de Servicio Público (RTSP); “Director de Obra” en la Párrquia Universitaria de la UCV (Caracas, 1979-1998); y miembro fundador del consejo de redacción de la revista *Comunicación* y colaborador habitual en diarios nacionales y en revistas especializadas.

Este espíritu libre y abierto, además de docente e investigador, también dedica tiempo para disfrutar de sus hobbies favoritos: la fotografía, el cine y el deporte.

## SUS AFICIONES

Su padre fue fotógrafo, pintor y escultor aficionado. “De ahí creo que me viene el gusto por la imagen y la fotografía. Sólo soy un aficionado a la fotografía, no un profesional”. Se considera muy visual, le gustan los colores y contemplar la belleza de la naturaleza. Es un

gran espectador y entendido del séptimo arte. A los quince años, en Bilbao, ya era proyccionista de cine en la Congregación Mariana de la residencia de los Jesuitas. “Yo era el encargado de la proyección de películas. Ahí se reunían muchos jóvenes a disfrutar del cine de la época. Esta experiencia duró dos años. Luego, durante mi estancia en Alemania y Roma, acudí a los cines de arte y ensayo. Sabía quiénes eran los mejores directores y guionistas del momento y disfrutaba enormemente viendo sus películas”.

Se considera feliz en una sala de cine, y confiesa que ve sus películas favoritas en los preestrenos. Como espectador selectivo prefiere el cine de autor, “el habitual cine industrial me aburre, y prefiero ver a un autor que trabaja en aquello que quiere y le gusta”.

Pero además de ser un gran espectador, tuvo la oportunidad de hacer su propia película durante su estancia en el Centro Pellín. Dirigió y escribió el guión de “El nacimiento de una esperanza”, que tenía como tema central la navidad, la cual fue difundida por el canal 5. “Se filmó en 16 mm, blanco y negro, tenía pocos personajes y duraba alrededor de 17 minutos. Se basa en el nacimiento de un bebé en un ranchito, cuyos padres eran una joven pareja que venía del interior y estaban recién llegados a Caracas”. Recuerda con gracia que se trasladaron al interior para filmar a la pareja subiendo al autobús que los trasladaría a Caracas. “Fue una bonita experiencia y disfrutamos mucho haciéndola”.

Ha sido jurado de premios de cine, jurado de guiones de cine, y ocasional crítico en artículos publicados en la revista *SIC*.

Además del cine y la fotografía, es gran aficionado al fútbol y conocedor de esta disciplina. Confiesa que nunca jugó demasiado bien al fútbol, pero que siempre ha sido espectador fiel. “En el colegio jugaba mucho al fútbol y papá me llevaba a ver al Athletic de Bilbao. Fui mejor jugador de pelota vasca, y un buen ciclista”.

Recuerda que, junto a un compañero holandés, a los 32 años recorrió en bicicleta alrededor de 700 kms, de Bilbao a Santiago de Compostela, y otros tantos kilómetros de vuelta. “Era año Jacobeo, estudiábamos Teología y decidimos lanzarnos a la aventura de recorrer muchos kilómetros y cumplir con un deseo”.

## ARTÍCULOS PUBLICADOS EN LA REVISTA COMUNICACIÓN

- *Publicidad y democracia*. N° 3. 1975
- *Escuela, investigación y cambio social en América Latina*. N° 7. 1976
- *La ética de la comunicación en su contexto socio-político*. N° 8. 1976
- *Políticas de comunicación y democracia*. N° 10/11. 1976
- *La concentración de la prensa en algunos países desarrollados de occidente*. N° 15. 1977
- *Marco legal de las actividades privadas*. N° 15. 1977
- *El derecho a la comunicación política*. N° 16. 1977
- *La comunicación social en los programas de gobierno de los candidatos presidenciales*. N° 18. 1978
- *Campaña electoral, comunicación y democracia*. N° 19/20. 1978
- *La tentación del poder*. N° 23/24. 1979
- *Comunicación alternativa y comunicación popular*. N° 28/29. 1980
- *Encuentro de investigadores y Nuevo Orden Informativo Mundial*. N° 30/31. 1981
- *Tecnología, información y democracia*. N° 33/34. 1981
- *Política, censura y democracia*. N° 40. 1982
- *Comunicación y democracia*. N° 40. 1982
- *Comunicadores y participación*. N° 43. 1983
- *Incidencia del factor religioso en la campaña electoral*. N° 45. 1984
- *Subversivos o integrados. Lo alternativo en perspectiva latinoamericana*. N° 51/52. 1985
- *Investigadores y privatización de la CANTV*. N° 71/72. 1990
- *El recurso a la ética una época de cambios*. N° 74. 1991
- *Los derechos del usuario y la comunicación*. N° 77/78. 1992
- *Comunicación alternativa en Venezuela: apuntes para una agenda*. N° 86. 1994
- *El futuro de nuestra T.V*. N° 88. 1994
- *La comunicación alternativa y el discurso de la Sociedad Civil*. N° 90. 1995
- *La comunicación social, a la búsqueda de sus coordenadas*. N° 95. 1996
- *Valores de mercado y mercado de valores*. N° 96. 1996
- *Posibilidad ética y viabilidad democrática*. N° 100. 1997
- *Teología de la liberación y medios de comunicación social*. N° 113. 2001
- *Otro mundo es posible*. N° 116. 2001. ■

# TERRORISMO, GUERRA Y MEDIOS



## VIGILANCIA Y LIBERTADES

**L**istas sobre canciones especifican qué letras de qué grupos son poco apropiadas al duelo que vive Estados Unidos tras los atentados del 11 de septiembre, entre ellas New York, que hizo célebre Frank Sinatra. Se puede no compartir la sensibilidad de quienes consideran esa canción inadecuada en estos momentos, porque se puede pensar que escucharla es un perfecto homenaje a esa ciudad vital, poderosa y libre que sigue siendo Nueva York, con o sin torres. Pero la recomendación de una poderosa asociación de emisoras de radio está ahí, haciendo listas de canciones como en otras circunstancias se han hecho de libros prohibidos: una forma coyuntural -si se quiere-, de un calado menor probablemente, pero una forma de censura. La caída de las torres ha destruido no sólo miles de vidas, ha fracturado no sólo la ilusión estadounidense de la invulnerabilidad: ha dado sanguinaria materialización al viejo miedo expresado en filmes como *Que vienen los rusos*, pues los terroristas han llegado, sin duda, y lo han hecho de forma brutal, planeando sobre los sistemas de seguridad más avanzados del mundo hasta estrellarse en el corazón simbólico del sistema político que impera, hoy por hoy, en el mundo.

El agudo nacionalismo de Estados Unidos, que ahora han exacerbado los atentados, es simétrico respecto al nacionalismo islámico. Aunque se ha abandonado el nombre, la operación que se ha puesto en marcha para castigar a los culpables de la atrocidad se había llamado inicialmente Justicia infinita, un nombre que cualquier extremista islámico reconocería como hartamente adecuado a su propia comprensión de las cosas. De hecho, ellos se inmolan creyéndose vehículos de una justicia también infinita, que emana de su dios.

Un empate en el infinito, una simetría atrradora que sólo puede superarse desde la moderación y la razón, que al parecer se están ejerciendo intensamente en los círculos más próximos e influyentes del presidente Bush. En *Juegos de guerra*, un filme de John Badham, la moraleja era que en la guerra nuclear no hay vencedores: si el cielo se transforma en ring, si se busca vencer al contrario creyéndose uno en posesión del puño de Dios, otro de la lanza de la supremacía militar y del destino en lo universal, el resultado será probablenmen-

te el mismo. Y este pulso, este enfrentamiento en el que ambos rivales se perciben superiores y comparten la demonización del otro, pone en riesgo el progreso económico, muerde hasta el hueso el devenir tranquilo de los trabajadores del Downtown y arroja densas sombras sobre la comprensión y dimensión de las libertades civiles, hasta ponerlas en peligro.

El Parlamento europeo iniciaba, a principios de septiembre, debates acerca de los límites a los que deben atenerse los gobiernos en el control de las comunicaciones electrónicas. Sin entrar en la perspectiva del derecho, que es la ciencia de los matices en las definiciones, lo que se debatía era si alguien puede mirar lo que un ciudadano dice a otro y bajo qué circunstancias. El correo electrónico, la más poderosa herramienta privada de comunicación de la que hayan podido disfrutar los ciudadanos, es también la que hace más vulnerable su derecho a la intimidad y la privacidad, pues se rastrea fácilmente.

Mientras el Parlamento europeo hablaba de diques a la voracidad de los gobiernos por conocer -en suma, controlar- a su ciudadanía, en aras de la seguridad, las torres se desplomaban y las autoridades estadounidenses iniciaban la revisión de todos los correos electrónicos emitidos en árabe en los últimos meses. Es decir, entraban a saco en la privacidad de los ciudadanos rastreando pistas, conexiones y culpabilidades.

De la misma manera, el Parlamento europeo entendía que los mensajes pueden interceptarse en caso de riesgo de la seguridad del Estado. La cuestión es saber bajo qué criterios se entiende en riesgo esa seguridad, y cómo se definen y delimitan tantas fuerzas en juego. Sin duda, una apasionante cuestión de derecho y sensibilidad política y social: una propuesta del propio Parlamento señalaba que estará prohibida. Justamente la maquinaria puesta en marcha en Estados Unidos ahora (¿ahora?). Pues sistemas como Carnivore despiertan de nuevo, y quizás esta vez no vuelvan a dormirse: rastrean la red, persiguen la actividad de los usuarios, buscan patrones concretos de forma incesante.

El origen inmediato de estos sistemas está en 1993, cuando, en medio de un enconado debate sobre privacidad y control, un suceso llenó de razones a los asesores del presidente

Clinton que defendían estos sistemas: precisamente el atentado con bomba contra el World Trade Center. El rastreo y descriptación de las comunicaciones empleadas por los terroristas supuso su detención, o al menos ayudó en gran medida. Ese hecho es el principal argumento para el posterior desarrollo de un sistema que, como la operación Justicia infinita, también ha cambiado de nombre: ya no es Carnivore, que siguió a Omnivore, sino que ahora ha adoptado el aséptico DCS1000.

Según Paul Bresson, portavoz del FBI, no se hubiera llamado Carnivore en primer lugar, probablemente no habría habido tanto revuelo. Cabría añadir que si no hubiera sido empleado antes de ser analizado y legalizado, tampoco. Ahora, sólo cabe esperar que las rigurosas leyes sobre privacidad de Estados Unidos pongan dique a su empleo, pero al menos circunstancialmente parece claro que los atentados del 11 de septiembre dinamitan cualquier dique, incluso echan por tierra la posibilidad de escuchar determinadas canciones en las emisoras de radio.

¿Cabe imaginar que las comunicaciones de ciudadanos libres de toda sospecha puedan ser capturadas en una malla de control? ¿Puede determinarse la legalidad de someter a todo un idioma, el árabe, a la condición de lengua bajo sospecha?

La presencia de sistemas como DCS1000 - que, en palabras de Barry Steinhardt, de la Unión Norteamericana de Libertades Civiles, se mueve como un lobo, aúlla como un lobo y tiene el apetito voraz de un lobo, sigue siendo carnívoro- hace reales las palabras del presidente Bush inmediatas al ataque contra Estados Unidos: es la guerra, que comienza por someter el derecho a la libertad y privacidad de las comunicaciones a un no declarado estado de excepción, salvo -eso sí- que haya una nueva forma de llamar a este viejo enemigo de la libertad. ■

**Joseba López Ortega**  
Profesor de la Universidad del País Vasco



## LA TELEVISIÓN PATRIOTA

Estados Unidos no es el mejor lugar para buscar una cobertura periodística objetiva sobre las consecuencias internacionales de los atentados del 11 de septiembre en Nueva York y Washington. Cuando el presidente George W. Bush prometió librar una "guerra contra el terrorismo", el conductor del noticiero de la cadena CBS, Dan Rather, reaccionó como un patriota. "George Bush es el presidente, él toma las decisiones y, ustedes saben, como un estadounidense más, (si) él me pide que me aliste, sólo díganme dónde tengo que ir", dijo Rather, uno de los presentadores de televisión más vistos en este país de más de 270 millones de habitantes. Fue un mal presagio para la independencia de la prensa, que sufrió otro golpe sin precedentes, tras una conferencia telefónica de 30 minutos entre la consejera nacional de seguridad Condoleezza Rice y ejecutivos de las principales cadenas de televisión. Entonces, los representantes de los servicios informativos de ABC, CBS, NBC, Fox, MSNBC y CNN acordaron que no transmitirán en vivo ni en su totalidad ninguna declaración grabada en vídeo de Osama bin Laden ni de portavoces de su organización, Al Qaeda (La Base). Estados Unidos considera a Bin Laden responsable de los atentados que el 11 de septiembre destruyeron las torres gemelas de Nueva York y demolieron parcialmente el edificio del Pentágono, en Washington. Las cadenas de televisión también convinieron que, en caso de que las declaraciones de Bin Laden o Al Qaeda sean "de interés periodístico", serán editadas sustancialmente y se eliminará todo aquello que el gobierno considere provocativo. "Luego de haber escuchado a la Dra. Rice, no vamos a pisar las minas terrestres que ella nos mencionó", dijo Walter Isaacson, presidente de CNN, en declaraciones al diario The New York Times. Otro ejecutivo de la televisión dijo que la decisión de las cadenas se basó en razones de "patriotismo". Las críticas no se hicieron esperar. Las cadenas de televisión temen "transmitir algo que sea controvertido o que parezca antipatriota a sus auspiciantes o al público", comentó Daniel Hallin, de la Universidad de California en San Diego. Que las cadenas aceptaran el intento del gobierno de manejar lo que el público ve y oye no es nuevo, según Hallin, autor de una reconocida historia de la cobertura televisiva de la guerra de Vietnam. "Los medios de comunicación (de Estados Unidos), y especialmente la televisión, siempre fueron reacios a transmitir la voz del enemigo, sobre todo en tiempos de guerra", agregó. "Cuando Estados Unidos va a la guerra, también lo hace su prensa, tan llena de orgullo, temor y ansiedad como cualquier soldado", escribió en el diario Washington Post un ex reportero de

CBS, Marvin Kalb. El portavoz de la Casa Blanca, Ari Fleischer, dijo a la prensa poco después de los atentados de septiembre que la situación exigía a todos "vigilar lo que decían". Fleischer respondía así a un cómico de televisión que opinó que era más "cobarde" lanzar misiles a 3.000 kilómetros de distancia del objetivo que pilotar aviones contra las torres gemelas, como hicieron los terroristas. Aunque Fleischer aclaró posteriormente que no pretendía censurar a nadie, sus palabras iniciales resultaron proféticas, dados los intentos de Washington por controlar la transmisión de noticias y la información, incluso la que recibe el Congreso legislativo. Bush ordenó limitar la entrega de información clasificada (reservada) a sólo ocho legisladores en el Congreso. Se trata de una restricción sin precedentes, que fue resuelta debido a que un legislador filtró a la prensa la declaración de un funcionario que indicaba la certeza de que Estados Unidos sufriría otro atentado. El presidente recapacitó y aceptó autorizar la entrega de documentación a todos los integrantes de comisiones legislativas clave, pero su intención inicial parece responder a una tendencia más amplia del gobierno. El secretario de Defensa Donald Rumsfeld dijo hace unas semanas que "en época de guerra, la verdad es tan valiosa que siempre debe ser asistida por un guardaespaldas de mentiras", repitiendo las palabras de Winston Churchill, primer ministro británico durante la Segunda Guerra Mundial. El vicepresidente Dick Cheney dirigió la estrategia del gobierno para manejar la información durante la guerra del Golfo contra Iraq, en 1991. Los periodistas que cubrían ese conflicto sólo podían obtener información oficial sobre las operaciones en curso en salas de prensa del gobierno en la localidad de Dahrán, Arabia Saudita, y en el edificio del Pentágono en Washington. El secretario de Estado Colin Powell también mostró su inclinación por recortar la información. La semana pasada rechazó una invitación a hablar en una sesión pública del comité de Relaciones Exteriores del Senado y, en cambio, llamó a los miembros del comité a conversar con él en forma privada en el Departamento de Estado. Powell también habría solicitado al emir de Qatar, propietario de la red de televisión Al Jazeera, que transmite a todo el mundo árabe, que la emisión de su canal no avive el sentimiento contra Estados Unidos. Al Jazeera fue quien proporcionó los vídeos de Bin Laden a las cadenas estadounidenses. La Casa Blanca dijo que su pedido a la televisión estadounidense tiene dos razones. "En el mejor de los casos, el mensaje de Osama bin Laden es propaganda que convoca a la gente a matar a estadounidenses", dijo Fleischer a la prensa

el miércoles. "En el peor, podría dar órdenes a sus seguidores para lanzar atentados similares" a los del 11 de septiembre, agregó. Funcionarios de Washington estudian los vídeos de Bin Laden para determinar si el saudita enviaba mensajes codificados a sus agentes para que lanzaran nuevos atentados. La mayoría de los analistas consideran rebuscada esa idea, sobre todo porque los presuntos agentes de Al Qaeda tendrían acceso a Internet y podrían ver los vídeos de otras fuentes ajenas a la televisión estadounidense. El argumento de los vídeos como propaganda hace agua, según expertos independientes. "Es una tontería decir que la opinión pública occidental será manipulada por los vídeos de Bin Laden. El público al que éste se dirige está en el mundo árabe", afirmó Hallin. Para Jeff Cohen, analista y fundador de la organización independiente Equidad y Precisión en la Cobertura Periodística (FAIR), lo que dice Bin Laden "tiene interés periodístico". "Es un tipo malo que explota resentimientos reales contra Estados Unidos en el mundo árabe, y el público debe saber lo que está diciendo", sostuvo Cohen. A otros analistas les preocupa que la televisión haya acatado el pedido del gobierno. "Esta podría ser una pendiente resbaladiza", advirtió William Dorman, profesor de periodismo en la Universidad Estatal de California en Sacramento. "Puede conducir a un tipo de mentalidad proclive a aceptar otras limitaciones que sugiera el gobierno, incluso más graves", observó Dorman. ■

Jim Lobe  
IPS. Octubre 2001



## SE ACABARON LOS VIDEOJUEGOS

**E**ste es el momento en el juego de la guerra en el que deshumanizamos a nuestros enemigos.

Son totalmente incomprensibles, sus actos inimaginables, sus motivaciones irracionales. Son "locos" y sus países son "criminales". Éste no es el momento para un mayor esfuerzo por comprender, sino para un mayor servicio de inteligencia.

Esas son las reglas del juego de la guerra.

Las personas sensibles sin duda cuestionarán esta caracterización: la guerra no es un juego. Se trata de vidas reales destrozadas, se trata de hijos e hijas, madres y padres perdidos, cada uno de ellos con su historia individual. El acto de terror del 11 de septiembre fue despiadadamente real; un acto que, de pronto, hace parecer a todos los demás actos frívolos, como en un juego.

Es cierto: la guerra no es en modo alguno un juego. Y quizá, después del 11 de septiembre, no vuelva a ser considerada como tal. Quizás el 11 de septiembre del año 2001 marcará el fin de la vergonzosa era de los videojuegos bélicos.

Seguir las noticias de ese día fue muy diferente a la última vez que me quedé pegada frente al televisor contemplando una guerra en directo por la CNN. En la Guerra del Golfo, el campo de batalla de los Invasores del Espacio no tenía nada en común con lo que hemos presenciado esta semana. En aquella ocasión, en vez de edificios reales explotando una y otra vez, podíamos mirar a través de cámaras instaladas en las bombas mientras se aproximaban a su objetivo - visto y no visto. ¿Quién estaba dentro de aquellos polígonos abstractos? Nunca lo supimos.

Desde la Guerra del Golfo, la política exterior de Estados Unidos se ha basado en una única y brutal ficción: que el ejército de los EE.UU. puede intervenir en conflictos por todo el mundo - Irak, Kosovo, Israel - sin sufrir ninguna baja. Es éste un país que ha acabado creyéndose el oxímoron definitivo: una guerra segura.

La lógica de la guerra segura está, por supuesto, basada en la capacidad tecnológica de librar una guerra exclusivamente desde el aire. Pero también se apoya en la profunda convicción de que nadie osará molestar a los EE.UU., la única superpotencia que queda, en su propia casa.

Esta convicción había permitido a los estadounidenses, hasta el 11 de septiembre, permanecer alegremente al margen de, incluso desinteresados en, los conflictos internacionales en los que ellos son protagonistas claves. Los estadounidenses no reciben crónicas diarias de la CNN sobre los continuos bombardeos de Irak, ni se les ofrecen historias de interés humano sobre los devas-

tadores efectos que tienen las sanciones económicas sobre los niños de ese país. Después del bombardeo en 1998 de una planta farmacéutica en Sudán (confundida con unas instalaciones de armas químicas) no hubo muchos reportajes en los que se hiciera un seguimiento de las consecuencias que la pérdida de la capacidad para manufacturar vacunas tuvo en la prevención de enfermedades en la región.

Y cuando la OTAN bombardeó objetivos civiles en Kosovo - incluyendo mercados, hospitales, convoyes de refugiados, trenes de pasajeros y una emisora de televisión - la NBC no hizo entrevistas "callejeras" a los supervivientes sobre cuán afectados estaban ante tanta destrucción indiscriminada.

Los Estados Unidos se han convertido en expertos en el arte de esterilizar y deshumanizar los actos de guerra cometidos en otros lugares. Internamente, la guerra ya no es una obsesión nacional, sino un negocio que en gran medida se subcontrata a expertos. Ésta es una de las numerosas paradojas del país: aun siendo el motor mundial de la globalización, la nación nunca se ha mostrado más introspectiva ni menos abierta al resto del mundo.

No es de extrañar, pues, que el ataque del 11 de septiembre, además de superar toda descripción, encerrara el horror añadido de parecer, para muchos estadounidenses, proveniente de ninguna parte. Las guerras rara vez son una auténtica sorpresa para el país atacado, pero se puede afirmar que esta vez lo fue. En la CNN, USA Today mencionó que a Mike Walter se le pidió que sintetizara la reacción en la calle. Lo que dijo fue: "Dios mío, Dios mío, Dios mío, no puedo creerlo."

La idea de que alguien pueda estar preparado ante tan inhumano terror es absurda. Sin embargo, visto a través de las cadenas de televisión de EE.UU., el ataque de ese martes más que haber venido de otro país, parecía haber venido de otro planeta. Los eventos no fueron comentados tanto por periodistas como por esa nueva variedad de presentadores-celebridades que han hecho incontables apariciones en las películas de Time-Warner sobre apocalípticos ataques terroristas contra los Estados Unidos, esta vez informando incongruentemente sobre hechos reales. Por un instante en la noche del 11 de septiembre el gráfico de la CNN "Ataque Contra América" desapareció y en su lugar apareció otro que decía "Lucha Contra la Grasa" - una imagen fantasmal de lo que el día anterior había sido noticia.

Los Estados Unidos son un país que se considera a sí mismo no sólo en paz, sino inmune a la guerra, una suposición ésta que sorprendería a la mayoría de los iraquíes, pa-

lestinos o colombianos. Como un amnésico, los EE.UU. se han despertado en medio de una guerra para descubrir que ésta lleva años combatiéndose.

¿Merécían los Estados Unidos ser atacados? Por supuesto que no. Ese argumento es inadecuado y peligroso. Pero he aquí una pregunta diferente que sí debemos hacernos: ¿Creó la política exterior de los EE.UU. las condiciones para que tal lógica se desarrollase, promoviendo una guerra no tanto contra el imperialismo estadounidense sino contra la percibida insensibilidad estadounidense?

La era de los videojuegos bélicos en la que los EE.UU. siempre han estado a los controles ha producido una ira ciega en muchas partes del mundo, una ira ante la persistente asimetría del sufrimiento. Éste es el contexto en que los retorcidos vengadores no exigen otra cosa sino que los ciudadanos norteamericanos compartan su dolor.

Tras el ataque, los políticos y comentaristas estadounidenses repiten la letanía de que el país volverá a la normalidad. El "modo de vida americano", insisten, no será interrumpido. Resulta una extraña afirmación cuando toda la evidencia apunta a lo contrario. La guerra, parafraseando un lema de los días de la Guerra del Golfo, es la madre de todas las interrupciones. Tal como se supone que debe ser. La ilusión de una guerra sin víctimas ha desaparecido para siempre.

Un mensaje parpadea ahora en nuestra consola de videojuegos colectiva: Game Over. ■

**Naomi Klein**  
Traducido por Eneko Sanz  
y Lidia Gutiérrez

Tomado de la siguiente  
dirección electrónica:  
<http://www.zmag.org/Spanish/wtcklei.htm>



## AL-JEZIRA: EL CNN DEL MUNDO ÁRABE

El 21 de octubre de 1999, las fuerzas sirias de seguridad asaltaron la residencia de Rifaat al-Assad, hermano del presidente Hafez al-Assad, en Lattaquí. ¿Cuál fue la razón de este terremoto político en Siria? Un programa difundido en la cadena por satélite ANN (Arab News Network) que dirige Soumar, hijo mayor de Rifaat, en el que un ex embajador de Estados Unidos en Jordania ponía en duda la capacidad del hijo de Hafez, Bachar-al Assad, para suceder a su padre. Ya en 1997 un reportaje sobre la recepción dada en Lattaquí por Rifaat al-Assad en honor del entonces príncipe heredero saudí, Abdallah, había provocado la cólera de Damasco porque no respetaba la etiqueta. Cualesquiera que sean sus objetivos —información o propaganda—, las cadenas de televisión por satélite han contribuido a que las imágenes sean un elemento decisivo de la vida política de una región que nunca ha brillado por su pluralismo audiovisual.

El impacto de las imágenes es grande, y la cadena ANN no es más que uno de los protagonistas. Un ejemplo: con ocasión del cincuentenario de la naqsa (“catástrofe”, en árabe), que marca el nacimiento del Estado de Israel y la derrota árabe de 1948, los telespectadores árabes de la Middle-East Broadcasting Corporation (MBC) pudieron ver el mismo documental que el público israelí, rodado y producido por la BBC británica. “El gobierno jordano negó, desmintió, echó pestes contra el pasaje en el que se señala que el rey Hussein había advertido a Israel de la inminencia de una guerra en octubre de 1973”, recuerda Jon Alterman, responsable del programa Oriente Medio del Instituto Estadounidense de Investigaciones para la Paz. “Lo esencial es que no pudo censurarlo.” “A la larga”, prosigue este catedrático norteamericano, “los obstáculos a la libertad de informar y de informarse irán desapareciendo. La capacidad de los Estados de actuar como censores se reduce año tras año, aunque países como Egipto y Jordania hayan adoptado recientemente leyes represivas contra la prensa.” A su juicio, los gobiernos van a verse obligados al menos a tener en cuenta a su opinión pública, a falta de instaurar verdaderas democracias. “Y los que se abran con mayor reticencia van a quedar al margen del resto del mundo.”

El éxito de la cadena Al-Jezira de Qatar es muy elocuente en este sentido. “Ha introducido debates que muestran puntos de vista contradictorios”, destaca Alterman. En efecto, desde su creación en 1997, Al-Jezira se ha convertido, gracias al profesionalismo de sus presentadores, procedentes del antiguo servicio árabe de la BBC británica, en un emblema de la libertad de expresión en el mundo árabe. Además, como Qatar es un Estado pequeño, sin grandes intereses geopolíticos que defender pero muy rico, puede permitirse criticar a

sus poderosos vecinos y hacer que en su cadena por satélite se den cita todos los opositores del mundo árabe. Al-Jezira le ha permitido incluso adquirir una estatura regional.

¿Es una de las excepciones que confirma la regla? Daoud Kouttab no comparte esta visión “liberal” de un avance constante hacia la democracia posibilitado por la libre competencia en el mercado de la información. Este periodista, muy respetado en el mundo árabe, fue el primer presidente de la televisión palestina, antes de ser despedido por su independencia de espíritu. Encarcelado sucesivamente por el ejército israelí y por la Autoridad Palestina, dirige actualmente el Instituto del Filme de Jerusalén. Destaca en primer lugar que las numerosas cadenas árabes por satélite no son sino excrecencias de las cadenas del Estado. “En su mayoría fueron creadas por los Estados con el solo afán de afirmar su proyección más allá de sus fronteras. Por eso, a menudo se limitan a difundir música clásica con un fondo de flamencos rosados y un pequeño emblema o una bandera a la izquierda de la pantalla. También por eso dedican más recursos a los aspectos técnicos que a los programas.” Además, añade, esas cadenas son el último lugar donde los realizadores árabes independientes van a buscar financiamiento. Por razones de costos o de connotación política, los programas (documentales sobre animales, reportajes anodinos, telenovelas) son comprados esencialmente en Europa y en Estados Unidos. De ahí, estima Kouttab, que se produzca una auténtica esquizofrenia en los telespectadores: el desfase entre su entorno real y las imágenes que la pequeña pantalla les ofrece es igualmente pronunciado en las cadenas nacionales estatales que en las cadenas por satélite.

En cuanto al papel de estas últimas en la aparición de una información independiente, Kouttab es también escéptico pues, con justa razón, no observa resultados concretos. Hace algún tiempo, un ministro de Información le confió: “Puedo cambiar y modernizar todo lo que quiero. Pero la primera información del telediario siempre será una reseña de las actividades del día del jefe del Estado.” Ese es, poco más o menos, el telediario que difundirán las cadenas por satélite dependientes de ese Estado. Para Kouttab, las cadenas por satélite son ante todo armas de guerra de algunos Estados o políticos poderosos contra sus vecinos y rivales: “De hecho, aunque la información que circula por ellas es más rica y variada que en las cadenas locales, ello se debe más al afán de perjudicar a los enemigos que a la voluntad de informar al público.” Las cadenas saudíes, por ejemplo, son muy exigentes y respetuosas del pluralismo cuando hablan de los países vecinos, del Yemen por ejemplo, pero dejan de serlo cuando se trata de política interna.

El otro peligro, destaca Kouttab, “es que

esas cadenas crean una sociedad de la información en dos niveles: por un lado, los que tienen acceso a informaciones procedentes del exterior y, por otro, una inmensa mayoría que debe contentarse con la propaganda oficial.” Pues, aunque Alterman insiste en que hay que cada vez más hogares que se equipan para captar la televisión por satélite, siguen siendo una minoría. “En el Golfo, dos tercios de la población posee antenas parabólicas, pero sólo uno de cada cinco habitantes en Palestina, el Líbano y Jordania. Y apenas entre 7 y 10% de los egipcios tienen acceso a la televisión por satélite.” Así, en Egipto, el país más poblado del mundo árabe pero también uno de los más pobres, el acceso a la información pluralista es un arma más para la clase dirigente. En un plano más trivial, este verano los telespectadores egipcios se vieron privados de las imágenes de la Copa de las Confederaciones en la que participaba el equipo nacional de fútbol porque ART, un operador de cadenas codificadas por satélite, había comprado la exclusividad de las transmisiones.

Los escasos intentos de prohibir este tipo de recepción no han tenido ningún efecto. En 1994, las autoridades de Arabia Saudí habían tratado de hacerlo con fines menos políticos o morales (algunas películas captadas gracias a las antenas parabólicas se consideran contrarias a las buenas costumbres islámicas) que comerciales: en realidad procuraban favorecer a los operadores del cable, vinculados a la familia real. Más adelante, el régimen volvió a adoptar una actitud más favorable a las antenas parabólicas. Hoy el único país árabe que no vive en la era del satélite es Irak.

Es innegable que las cadenas por satélite ejercen una influencia profunda en las sociedades árabes. Contribuyen por ejemplo a crear lo que Alterman llama “una identidad básica”, forjada por imágenes y referencias comunes que al ser difundidas por esas nuevas cadenas en todo el mundo árabe trascienden las fronteras nacionales. Esta identidad es mucho más sólida que la que los gobiernos han tratado de fabricar valiéndose de falsa propaganda. Además, esas cadenas establecen un vínculo entre los árabes que viven en la región y la diáspora que la abandonó por el Occidente.

La irrupción de esos actores audiovisuales de nuevo cuño, aunque no sean numerosos, ha contribuido a cambiar la situación. “Y la competencia se vio obligada a seguir la corriente”, observa Alterman. Cita el ejemplo de la Mbc, “que mantiene lazos evidentes con el gobierno saudí, pero que ya no puede permitirse el lujo de pasar por la Voz de Ryad pues podría perder audiencia.” Más atractivas y modernas, las nuevas cadenas por satélite amenazan los monopolios estatales. Como subraya Douglas Boyd, profesor de la Facultad de Comunicación e Información de la Universidad de Ken-

tucky “la falta de credibilidad de los medios locales es la primera razón del entusiasmo que despierta la televisión por satélite”. La competencia venida del cielo ha movido a las cadenas públicas a abrirse y a innovar. La televisión estatal egipcia se ha convertido en una gran consumidora de programas de entrevistas que, aunque inofensivos, crean al menos la ilusión de un debate. La televisión jordana terminó

por invitar a Leith Chbeylat, el opositor más virulento a la monarquía, antes que verlo aparecer, una vez más, en los programas de Al-Jazeera. “Incluso en Siria la televisión ha experimentado un desarrollo sorprendente en los últimos quince años”, observa Nabil Dajani, profesor de sociología de la Universidad Americana de Beirut. En cuanto a Qatar, ha suprimido lisa y llanamente el Ministerio de Información.

Paradójicamente, la conjunción de intereses opuestos, de políticas de reacción de los Estados y de la competencia entre los distintos operadores ha hecho progresar el pluralismo. Un pluralismo tendencioso y estrecho pero un embrión de pluralismo”, concluye Boyd. ■

**Correo de la Unesco  
Enero 2001**

## ENTRE LA TENTACIÓN “PATRIÓTICA” Y LA AUTOCENSURA

La organización Reporteros sin Fronteras (RSF) pidió a sus investigadores Alexandre Lévy y François Bugingo revisar los principales incidentes de la cobertura comunicativa de los sucesos del 11 de septiembre de 2001. A continuación presentamos las conclusiones del informe de la misión que realizaron en Nueva York, entre el 26 de septiembre y el 2 de octubre de 2001.

**Conclusión: ¿La primera enmienda en peligro?**

Citado por el New York Times, el jurista Floyd Abrams, especialista de la Constitución estadounidense, estima que la cuestión del patriotismo y de la libertad de palabra, acostumbra a debatirse en el país en tiempos de crisis. “La Primera enmienda se pone a prueba cada vez que se pone a prueba el país. Cuando nos sentimos amenazados, cuando nuestra existencia se cuestiona, la Primera enmienda y sus valores a veces se subordinan a otras prioridades”.

Esta opinión parece ser compartida por varias organizaciones estadounidenses de defensa de la libertad de prensa, que estiman que es todavía demasiado pronto para alarmarse por los acontecimientos reseñados en este informe. “Esto no me preocupa demasiado, ha declarado Lucy Dalglish, directora del Reporters Committee for Freedom of the Press. Los medios de comunicación, como el resto de la sociedad, se han vuelto hipersensibles después de los atentados. Yo misma, me doy cuenta de que soy mucho menos sarcástica o desenvuelta que de costumbre. Probablemente, todos nos parecemos en tiempos de crisis”. Por otra parte, su organización ha establecido una relación de las consecuencias del 11 de septiembre sobre la libertad de prensa, aunque sin tomar postura sobre los hechos. En una entrevista concedida a un representante de RSF, Ann Cooper y Joel Simon, respectivamente directora y vice-director del Committee to protect journalists (CPJ), la principal organización estadounidense de defensa de los periodistas en el mundo, han estimado que en otras partes del globo continúan cometándose violaciones mucho más graves contra la libertad de prensa. En ese aspecto, Ann Cooper comentó la prohibición a Voice of America de emitir la entrevista con el molla Omar: “Las críticas del Departamento de Estado contra VOA ponen de manifiesto un refle-

jo, casi instintivo, de algunos gobernantes; en tiempos de conflicto, no difundir las palabras de los adversarios. En algunos países, ese reflejo tiene fuerza de ley. En Rusia, los medios que publicaron entrevistas con los líderes chechenos, han sido denunciados ante la justicia. En Angola, la policía ha retenido a periodistas que habían difundido las declaraciones de un comandante rebelde. La diferencia -crucial- entre estos casos y el que nos preocupa es que VOA emitió su entrevista a pesar de la oposición del Departamento de Estado y, hasta el momento, no ha sido objeto de ninguna sanción”. Ann Cooper subraya que es “la tolerancia de una prensa libre la que permitirá seguir viva a nuestra democracia”. Por tanto, no cree que la libertad de prensa peligre en Estados Unidos: “Los periodistas estadounidenses no nos necesitan para defenderse. Tienen a sus medios y a toda la profesión para apoyarles, en caso de peligro”.

Tina Golstein, de la Columbia University of Journalism, comparte igualmente este punto de vista y sigue confiando en la capacidad de los medios estadounidenses y de las organizaciones profesionales, para defender sus intereses. “Patriotismo, independencia, libertad de palabra: debatimos estas cuestiones prácticamente todos los días, en los periódicos o en las aulas de la universidad. Pero es demasiado pronto para sacar conclusiones del debate. Los medios de comunicación, que en su mayoría han hecho un excelente trabajo cubriendo los atentados, deben ahora lograr seguir haciéndolo: continuar haciendo su trabajo pero en tiempos de conflicto”.

Sin embargo, después de esta investigación, realizada desde París y en Nueva York, la organización Reporteros Sin Fronteras estima que persisten algunas razones para estar inquietos:

- En efecto, se han constatado varios intentos de las autoridades estadounidenses destinados a controlar el trabajo de los medios de comunicación: detenciones de fotógrafos cerca del World Trade Center, voluntad de las fuerzas del orden de filtrar las imágenes tomadas en ese lugar, intento de prohibir la entrevista del molla Omar en VOA y presiones sobre Al-Jazeera, la televisión de Qatar, para que deje de emitir imágenes de Osama Ben Laden. Todas ellas inter-

venciones que, sea cual sea el contexto, no son aceptables.

- La ofensiva contra la confidencialidad de los mensajes por Internet, así como un cierto número de medidas contenidas en la legislación “antiterrorista” que va a adoptarse, constituyen una amenaza real contra las libertades individuales y colectivas.

- La simbiosis que parece estar operando entre el tono de los principales patrocinadores audiovisuales y la política oficial de Estados Unidos puede, al final, minimizar el papel de perros guardianes de la democracia que, hasta ahora, tenían la mayoría de los medios de comunicación.

- Los casos probados de censura corporativa, como los despidos de dos periodistas por comentarios juzgados excesivos, pueden abrir la vía a la autocensura y a la falta de crítica en la prensa.

- El establecimiento de los “pools” de fotógrafos en el lugar del World Trade Center, y la complicación de los criterios de acreditación, son un mal augurio para una cobertura libre e independiente de las acciones que emprenda Estados Unidos en represalia por los ataques terroristas del 11 de septiembre.

En este momento difícil para Estados Unidos, en estos días de emoción, incluso de legítima cólera, RSF ha podido constatar, sin embargo, la fuerza del arraigo de los principios de la Primera enmienda en el país. Entre los numerosos artículos dedicados al tema, en los principales periódicos del país, la organización ha notado también la reacción de ese lector del New York Times al debate desencadenado por las declaraciones de Bill Mahler: “Los canales de televisión que no han retransmitido el programa Politically Incorrect, y los anunciantes que lo han boicoteado, son los culpables de falta contra el patriotismo, y no su presentador. Sería terrible que una de las primeras víctimas de la guerra por nuestra libertad fuera nuestro derecho a debatir con fuerza todas las opiniones, incluso las más impopulares en el país. Poco importa la importancia de las declaraciones incriminadas durante el programa. El derecho de su presentador, y el de sus invitados, a ejercer la libertad de expresión no debe escarnerarse”. ■

**Scott Blakeman,  
Nueva York, 26 de septiembre de 2001**

# Una alternativa del partido socialista para la reforma de RTVE

## 1.- INTRODUCCIÓN

La existencia de una Radio y Televisión Pública fuerte en el panorama audiovisual español, es, hoy en día, una necesidad inexcusable. En España, al igual que en toda Europa, es imprescindible reforzar el carácter de servicio público que tiene RTVE.

RTVE tiene que ser expresión del interés general y del pluralismo político y social, debe servir como elemento de cohesión territorial y cultural, fomentar el desarrollo intelectual, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, y los principios constitucionales, así como materializar los derechos fundamentales de libertad de expresión e información.

De acuerdo con el vigente Estatuto, la Radio y la Televisión pública debe ser un "vehículo esencial de información y participación política de la ciudadanía, de formación de la opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones. Así como medio capital para contribuir a que la libertad y la igualdad sean reales y efectivas, con especial atención a la protección de los marginados y la no discriminación de la mujer".

RTVE debe mantener de manera inequívoca tres líneas de actuación: generalista en los contenidos, mayoritaria en audiencia y exigente en la calidad de la programación.

Esta triple vocación refuerza sus funciones de servicio público ya que combina los papeles de formación e información con el de entretenimiento.

Hay que dotar a RTVE de los medios materiales y económicos para que pueda llevar adelante esta misión de servi-

cio público. Es preciso que, dentro de un marco de competencia clara, pueda además, convivir y completar la oferta de las cadenas comerciales.

Sólo una Radio y Televisión pública fuerte puede realizar con garantía de absoluta independencia la función de servicio público y ser, al tiempo, una alternativa al proceso de concentración audiovisual y multimedia que se vive en Europa y en el mundo cuyos efectos principales son el debilitamiento de los sistemas democráticos por pérdida de la diversidad y el pluralismo y una creciente dominación cultural a favor del modelo consumista.

En el nuevo escenario mundial, los Estados, que pierden progresivamente poder político frente a los grandes grupos empresariales, no pueden renunciar a un instrumento para la defensa de las singularidades culturales y para la cohesión cultural y social como son los medios de comunicación públicos, y, precisamente para reforzar dicha independencia, deben abrir dichos medios a sus propias sociedades mediante fórmulas de gestión participativas.

Para ello es necesario alcanzar un *amplio acuerdo*, entre las fuerzas políticas, para dotar a RTVE de una nueva regulación que garantice plenamente su independencia y un carácter participativo, y equilibrado, tanto en términos territoriales como de programación, creando un nuevo marco institucional que garantice la estabilidad e independencia de estos medios públicos, y permita un incremento del control ciudadano y un cambio en la filosofía y en el modo de entender la naturaleza de dicho servicio público.

Este nuevo modelo de radio y televisión pública debe servir de marco para el

resto de las empresas audiovisuales públicas, ya sean éstas de ámbito autonómico o local.

En el caso de las radios y televisiones públicas de ámbito local se hace imprescindible, como paso previo, un desarrollo normativo específico que cubra el vacío legal existente en la actualidad. Términos como independencia, participación igualdad, innovación, equilibrio, calidad, solidaridad y transparencia deben constituir las señas de identidad de una radio y televisión pública que aspire a ser el reflejo de una sociedad democrática como la española.

### Independiente

RTVE necesita una reforma que asegure y refuerce un servicio público esencial con una aportación económica suficiente y unos objetivos precisos y predeterminados, que permita conciliar el derecho de competencia con la exigencia constitucional de pluralismo.

RTVE necesita una reforma que impida su instrumentalización por parte de cualquier Gobierno; que refuerce la autonomía e independencia de su gestión y dote de nuevas y mayores competencias al Parlamento, en especial en lo relativo a la elección de su presidencia-dirección general.

### Participativa

RTVE necesita una reforma que, de manera irrenunciable, garantice la presencia activa y el derecho de acceso de toda la ciudadanía a los medios públicos audiovisuales en cumplimiento del precepto constitucional recogido en el artículo 20 de nuestra Carta Magna.

Este derecho debe ser entendido no solo como la libertad constitucional para acceder a una programación específica

sino como un elemento inherente a toda la actividad desarrollada a través de los medios públicos.

Con el fin de hacer efectivo el derecho de acceso y de fomentar la participación se crearan dos nuevos organismos de carácter externo e interno:

Un *observatorio ciudadano* que disponga de un sistema de indicadores cualitativos y cuantitativos con el fin de evaluar la satisfacción de los ciudadanos y las ciudadanas, y la calidad de la programación. Este observatorio estará dirigido por una figura de nueva creación: el *defensor de la audiencia* que, entre otras funciones deberá garantizar el derecho de réplica, rectificación, queja o sugerencia.

Desde un punto de vista interno, la participación tiene que llegar a la organización de RTVE mediante la puesta en marcha de un *comité profesional de programas e informativos*.

#### **Igualitaria**

RTVE necesita una reforma que garantice, como agente socializador que es, la igualdad entre hombres y mujeres en los tratamientos de contenidos formatos y publicidad, tanto en informativos como en el resto de las emisiones.

Así mismo, deberá contribuir a la eliminación de los estereotipos sexistas en toda la programación, favoreciendo una imagen de la mujer acorde con la realidad social actual.

En este sentido esta reforma deberá asumir el principio de *paridad* en la composición de los distintos órganos de representación, gestión y control como son, el Consejo Superior del Audiovisual, el Consejo de Administración, el Observatorio Ciudadano, los distintos Consejos Asesores y los Comités profesionales.

Así mismo, estimulará el principio de paridad en aquellas instituciones u organismos, ya sean de carácter asesor o consultivo, que tengan vinculación con los medios audiovisuales públicos.

#### **Innovadora**

RTVE necesita una reforma claramente comprometida con la *innovación tecnológica* que organice una oferta diversificada de servicios de radio, televisión y multimedia, capaz de satisfacer la demanda creciente de los ciudadanos y ciudadanas que se incorporan a los nuevos medios de comunicación

En este sentido, los servicios públicos de RTVE deben comprometerse con la

creciente necesidad social de *alfabetización digital* y garantizar el acceso de toda la ciudadanía, sea cual sea, su nivel económico, a las grandes redes de la comunicación, explotando las nuevas posibilidades que ofrece la tecnología digital. Este compromiso permitirá que la "brecha" tecnológica no sea un motivo más de dualización social y de desigualdad.

Los Medios audiovisuales públicos deben adaptarse para conseguir modelos de gestión avanzados y eficaces. Hay que *profesionalizar* la Radio y la Televisión pública y evitar una burocratización excesiva.

#### **Equilibrada**

RTVE necesita una reforma que asegure el futuro del audiovisual público garantizando a la vez el desarrollo de la oferta privada. Se propone una revisión del tiempo publicitario en RTVE y el fomento de la industria del sector.

La Radio y Televisión pública puede y debe ser *motor de la industria* audiovisual española.

Para ello debe contar con un modelo de financiación estable que garantice una suficiencia económica que permita tanto su propio mantenimiento como una dimensión adecuada, equiparable, en cualquier caso, a la existente en los medios audiovisuales públicos de nuestro entorno europeo.

Este marco estable de financiación debe contemplar tanto los recursos públicos como aquellos otros que provengan de sus actividades comerciales y de sus ingresos publicitarios.

#### **De calidad**

RTVE necesita una reforma que garantice unos contenidos acordes con la función formativa y lúdica que tiene encomendada, permitiendo, a la vez, su contribución a la mejora del nivel cultural de la sociedad española.

Fomentar el espíritu crítico y la capacidad selectiva de la ciudadanía debería ser consecuencia directa de esa exigencia de calidad. En este sentido, RTVE debería ser un referente para el resto de los medios audiovisuales.

RTVE debe organizarse de acuerdo con los principios y objetivos que justifican la existencia de un servicio público en el mundo audiovisual.

Una RTVE, bien definida, debe informar y entretener, contribuir a la formación de la ciudadanía y a la defensa y extensión de nuestros valores constitucionales.

#### **Solidaria**

RTVE necesita una reforma que garantice que dada su clara vocación democrática y participativa no incluirá en su programación ningún reportaje, programa o información que atente contra derechos fundamentales de las personas o que exalte mundos sórdidos o antidemocráticos.

Así mismo, el Ente público, sensible a los problemas que acucian a la sociedad a la que sirve, desarrollará lo que se podría denominar "*programación positiva*" tendente a facilitar información y apoyo en la lucha por la erradicación de la violencia, drogadicción, alcoholismo, tabaquismo, anorexia...

#### **Transparencia**

RTVE necesita una reforma que garantice su total transparencia. Para ello, objetivos y recursos públicos habrán de figurar en un *contrato* entre el Estado y RTVE. En definitiva, entre la población española y el ente público de radiotelevisión.

## **2.- CONSEJO SUPERIOR DEL AUDIOVISUAL**

El sector audiovisual español, como ocurre en la práctica totalidad de los países de la Unión Europea, debe estar regido por una *institución independiente*, tanto del Gobierno como de los poderes económicos, empresariales o financieros, vinculados, o no, a la industria audiovisual.

Esa institución debería crearse mediante Ley Orgánica en el Parlamento. La citada Ley tendría que desarrollarse en paralelo a la reforma del Estatuto de la Radio y la Televisión públicas.

Considerando la realidad mediática actual configurada por la convergencia multimedia entre telecomunicaciones, audiovisual e Internet, su misión será asegurar la *transparencia* en la titularidad de los medios audiovisuales, telecomunicaciones e Internet y el cumplimiento de la legislación y normas reguladoras de la producción, programación y publicidad en los mismos, garantizando, en cualquier caso, los derechos de quienes utilizan la comunicación social. Velará para que los principios de *pluralismo* político, económico, cultural y religioso sean respetados por los operadores de Radio y Televisión e Internet.

Además, promoverá la *protección* del resto de los valores constitucionales, especialmente la protección a la juventud, la infancia y el colectivo de personas

con discapacidad y sancionará a quienes en apogía del terror, la violencia, el sexismo, el racismo, la xenofobia o cualquier otro tipo de comportamiento antidemocrático, atenten contra la dignidad de las personas.

Sus miembros serán *elegidos* en las Cámaras, por *consenso* de los distintos Grupos Parlamentarios, entre personas de relevantes méritos profesionales en los sectores audiovisual y tecnológico, cultural, universitario, educativo y asociativo, que reflejen la pluralidad ideológica de la sociedad. Estos criterios deberán ser claramente objetivados en comparecencia parlamentaria.

Entre sus competencias, se incluye la *función de asesoramiento* al Parlamento y al Gobierno en materias relacionadas con la legislación audiovisual y la emisión, con carácter preceptivo, de informes sobre procedimientos de asignación, renovación o revocación de licencias o concesiones de la Administración del Estado, ya sea a cadenas de televisión de ámbito estatal o a cadenas de radio cuya área de cobertura se extienda a más de una Comunidad Autónoma.

Deberá *informar* anualmente a las Cortes Generales del desarrollo del sistema audiovisual, con especial atención a sus contenidos.

Tendrá que recoger las demandas y quejas de las asociaciones ciudadanas y de telespectadores/as y usuarios/as y mantendrá una relación constante y fluida con estos sectores que deberán estar *representados* en el Consejo.

Podrá exigir a los anunciantes y empresas audiovisuales, que retiren o rectifiquen aquella publicidad que atente contra la dignidad de las personas o resulte ilícita.

Será necesario mantener una estrecha *colaboración*, en todas sus funciones, con los organismos independientes de control de los medios audiovisuales creados por las Comunidades Autónomas.

Por último habrá que dotar a este organismo de un *poder sancionador* claramente definido y delimitado especialmente en lo que se refiere a la emisión de contenidos que atenten contra los derechos de las minorías, de la infancia y la dignidad de las personas o de los animales y fomenten comportamientos dañinos para el medio ambiente.

Este poder sancionador deberá extenderse también a los casos de incumplimiento de las obligaciones de transparencia en la titularidad de los medios con el fin de facilitar la *libre competen-*

*cia* evitando así, la formación de posibles oligopolios mediáticos o el abuso de una posición dominante.

### 3.- PRINCIPIOS BÁSICOS EN RTVE

Es necesario consignar, una vez más, como principio básico de actuación irrenunciable el carácter de *servicio público esencial* de RTVE.

La Radio-televisión ha de tener la *calidad* como eje básico de su oferta y como núcleo fundamental de toda su programación. Erigiéndose en el modelo de referencia básico del consumo televisivo español.

RNE y TVE debe estructurar y planificar sus ofertas de programación atendiendo a las exigencias y necesidades de una sociedad moderna. Debe ser foro de debate de ciudadanos y ciudadanas, fomentar la *participación* y garantizar el derecho constitucional de acceso de todos a los medios de comunicación públicos.

La información, que debe ser siempre su referencia básica, ha de ajustarse a la verdad, debe ser *imparcial, rigurosa* y respetar el *pluralismo* político y social. RTVE debe hacer efectivos los derechos fundamentales de *libertad de expresión* e información teniendo como único límite los derechos al honor, la intimidad, la propia imagen y la protección de la juventud y la infancia.

Los Servicios Informativos deben garantizar la independencia editorial respecto a cualquier grupo de presión o interés, ya sea político, económico, religioso o cualesquiera otros intereses particulares. *información y opinión* deben ir claramente diferenciadas.

Tanto RNE como TVE deben atender los *intereses de todas las personas*, independientemente de su situación social, edad, sexo, procedencia geográfica, o raza, cubriendo los vacíos que dejen las cadenas comerciales. Objetivo preferente de su programación han de ser:

- La protección de la infancia y la adolescencia.
- El fomento de la igualdad de oportunidades entre sexos.
- La inserción social de las personas con discapacidad, tal y como establece el artículo 49 de la Constitución.
- La protección del consumidor, así como la atención a los problemas sanitarios, educativos y sociales y, en general, la divulgación de los derechos y obligaciones de la ciudadanía.

- La sensibilización y concienciación para la defensa del medio ambiente.
- La promoción de valores de tolerancia e igualdad que impidan actuaciones racistas, xenófobas, sexistas o cualesquiera que atenten contra los derechos y la dignidad de las personas.

La Radio y Televisión pública debe *renunciar a cualquier programa* que por su contenido zafio, degradante para las personas o simplemente de mal gusto, buscan, a costa de la calidad, alcanzar fácilmente liderazgos de audiencia.

Por el contrario, será objetivo prioritario de RTVE conseguir, dentro de la exigencia de calidad, una programación capaz de despertar el *interés mayoritario* de telespectadores y oyentes.

Para ello programará y emitirá espacios de entretenimiento, que, además de contribuir al disfrute del tiempo de ocio de los espectadores de cualquier edad, estimulen la creatividad e impulsen el desarrollo de *nuevos formatos*.

La programación de RTVE debe prestar atención al *fomento y la defensa* de la cultura, de las artes, la investigación y el deporte en su más amplio y variado sentido, así como, a la *diversidad lingüística* de España. Del mismo modo, debe aprovechar el potencial que significa disponer de un *idioma compartido* en toda la comunidad latinoamericana. Del mismo modo, RTVE tendría que proyectarse como *motor de la diversidad y creatividad* y convertirse en una ventana abierta a nuevos mercados expresivos.

Ha de ser un elemento *impulsor del sector audiovisual español* y de los nuevos creadores. El cine, la música y el teatro reclaman constantemente un interés más activo de la televisión pública como garante de una industria que debe jugar un papel destacado tanto en términos culturales como económicos.

La realidad mediática actual viene configurada por el nuevo fenómeno de la fusión o *convergencia multimedia* entre telecomunicaciones, audiovisual e Internet que conduce a la creación de megamedios propietarios de redes, de servicios y contenidos poniendo en peligro el pluralismo informativo a través de monopolios o duopolios.

En este nuevo marco mediático y teniendo en consideración los contenidos programáticos, los medios audiovisuales públicos deberán desarrollar una estructura de convergencia entre ellos en

el marco de una *plataforma mediática* en el que las televisiones analógicas públicas se complementarán con nuevas ramificaciones o canales temáticos de televisión y radio digitales y la configuración de un Internet público como se está desarrollando en algunas televisiones públicas europeas, principalmente en la BBC.

La radio y la televisión públicas deben aprovechar las potencialidades que ofrece Internet, creando *portales horizontales* y especializados que canalicen la participación activa y permanente de la gente, configurando así unos medios de comunicación públicos verdaderamente interactivos.

RNE y TVE deben incorporarse a los mas eficientes sistemas de producción, emisión y difusión que la *tecnología* ha puesto al servicio del sector audiovisual y liderar la investigación y la experimentación en este campo.

En un país tan descentralizado como España, RNE y TVE han de ser un elemento de *cohesión* política, social, económica y cultural de todos los españoles. Es imprescindible que sus programas lleguen a los rincones más apartados de la geografía nacional y que estén presentes en todos los sistemas de difusión, desde el satélite hasta los sistemas de cable.

Igualmente se hace necesario que todos los ciudadanos, independientemente de la Comunidad Autónoma en la que vivan, tengan *acceso a la programación* de las distintas cadenas públicas de ámbito autonómico.

RTVE fomentará el fortalecimiento de la *colaboración internacional* entre las televisiones públicas, especialmente en el ámbito de la coproducción e intercambio de productos, tanto a nivel europeo (UER) como iberoamericano y mediterráneo (EUROMEDTV)

La Radio y Televisión pública debe ser también *modelo de gestión y ética empresarial* y de aprovechamiento integro de todo su potencial y recursos humanos y materiales.

#### **4.- SERVICIO PÚBLICO Y PROGRAMACIÓN**

##### **Definición de servicio público**

En primer lugar, hay que responder a la pregunta: *¿qué es servicio público?*

La *comisión europea* se ha pronunciado de forma reiterada sobre la necesidad de la existencia de una Radiotelevisión pública en los países que constituyen la Unión Europea y de que ésta sea finan-

ciada por los Estados. Para ello debe cumplir una misión de servicio público que debe ser objetivada y concretada.

El *tratado de amsterdam* atribuye a los Estados miembros "...la obligación inexcusable de establecer y definir de forma precisa y transparente el servicio público televisivo específicamente encomendado a aquellas empresas públicas a las que se otorga financiación, de tal modo que dicha financiación pueda justificarse plena y detalladamente en las concretas cargas y obligaciones encomendadas a esas específicas empresas".

Establecida la definición de servicio público, RTVE debe *asumir el compromiso* de llevar ese interés general a todos los hogares del territorio nacional.

La *emisión* de TVE 1, La 2, TVE Internacional, sus emisiones vía satélite, Radio 1, Radio Clásica, Radio 3, Radio 5, Radio 4 y Radio Exterior de España, es un servicio público y debe ser garantizado por el Estado. Por ello RTVE tiene que estar presente en las diferentes plataformas digitales a través de los Canales temáticos y del Canal de noticias "24 Horas" que, al igual que TVE Internacional, deben *emitirse en abierto*.

En la era del digital, RTVE deberá facilitar y potenciar el uso de *Internet* poniendo los medios materiales, técnicos, humanos y presupuestarios suficientes para potenciar la creación de un *portal propio*.

Como servicio público debe mantener una *estructura territorial* que responda a las necesidades informativas nacionales, autonómicas y locales. Esto significa la permanencia y potenciación de los Centros de Producción de TVE en Madrid, Barcelona y Canarias, de un Centro Territorial en cada Comunidad Autónoma con una completa red de delegaciones y de, al menos, una emisora de RNE en cada provincia.

RTVE debe tener *presencia en el mundo* a través de una adecuada red de Corresponsalías y desplazando equipos especiales para la cobertura de acontecimiento de entidad. Generar información propia es imprescindible para lograr una *independencia informativa* frente a agencias y multinacionales de la información.

El concepto de servicio público debe presidir el conjunto de la programación de RTVE. En este sentido ha de interpretarse la idea de servicio público como una *función global*.

En cualquier caso, la programación debe clasificarse en dos grupos, conside-

rados ambos como servicio público. Por un lado, la que denominaremos *programación de servicio público esencial*, integrada por determinados contenidos que deben obligatoriamente ser abordados por RTVE, al margen de su aceptación por audiencias masivas u otras formas de éxito comercial o económico. De otro, la que clasificaremos como *programación de servicio público de entretenimiento*

##### **Programación de servicio público esencial**

El *derecho a la información* es un derecho irrenunciable de toda la ciudadanía que debe ser garantizado por el Estado. Uno de los instrumentos clave para materializar ese derecho es la Radiotelevisión pública.

El derecho de toda la población a conocer lo que pasa en el mundo, en su país, en su comunidad y en su localidad, allá donde se encuentren y sea cual sea su nivel económico, debe estar garantizado por los poderes públicos. En consecuencia, Unos programas *informativos rigurosos, veraces, imparciales y plurales son servicio público*.

También es *servicio público* el fomento de *debates* en la sociedad y facilitar el acceso a RTVE de opiniones diferentes y hasta encontradas sobre acontecimientos políticos, económicos, sociales, religiosos, culturales y cualesquiera otros que permitan a la ciudadanía forjar una opinión propia y libre, factor esencial en una democracia avanzada. Una programación de naturaleza pública debe incluir en su parrilla espacio suficiente para los Debates.

Programación de *servicio público* es también la destinada al entretenimiento y la *formación de la infancia y la adolescencia*, entendidos como sujetos de pleno derecho.

Programación de *servicio público* es la *integración* de personas con alguna forma de *discapacidad*. Para ello RTVE adoptará las medidas necesarias, técnicas y financieras para garantizar el subtítulo progresivo o el acompañamiento de signos de todas sus emisiones. Así como el acompañamiento de descripciones orales que faciliten el acceso a los contenidos visuales a las personas ciegas y con problemas de visión.

Programación de *servicio público* es la que fomente la paridad entre hombres y mujeres en el mundo del trabajo, en la representación política y social o la *igualdad real* en la práctica diaria como proclama la Constitución. Sin per-

juicio de que la defensa de la paridad y la igualdad real puedan fomentarse a través de una programación específica, por encima de todo ello deben prevalecer principios que rechacen cualquier forma de estereotipo sexista ya sea a través de la publicidad o de los programas.

Programación de *servicio público* es la defensa de la *naturaleza*. RTVE debe recuperar la tradición de producción de documentales sobre naturaleza y medio ambiente. Así mismo, debe fomentar la difusión, el debate y la divulgación de las relaciones entre las sociedades modernas y el medio ambiente, especialmente de los planteamientos de construcción del desarrollo sostenible.

Programación de *servicio público* es aquella que divulgue los *valores y derechos constitucionales*. Así como aquella que se destine de manera específica a las personas que circunstancialmente están desempleadas o que se encuentran enfermas.

Es también programación de *servicio público* la destinada a orientar desde la independencia a los *consumidores* y la que haga realidad el *acceso* a la radio y la televisión de individuos, colectivos u organizaciones sociales y que respete las *minorías*.

También es *servicio público* el precepto constitucional que recoge la libertad religiosa de la sociedad española. En este sentido todas las *confesiones religiosas* con arraigo en España deben tener una presencia proporcionada en RTVE.

La idea de servicio público implica también una programación destinada a reforzar la cohesión social a través de emisiones que faciliten el *conocimiento de las distintas lenguas* que coexisten en el Estado español.

Así mismo tienen carácter de *servicio público* programas que contribuyen a la *integración social y cultural* de los y las *emigrantes*, a través de espacios realizados en su lengua de origen que fomenten los valores constitucionales y democráticos de nuestro país y faciliten el aprendizaje de las distintas lenguas del Estado español.

La programación de RTVE debe seguir *modelos interraciales*, resaltando las igualdades e interesándose por las diferencias bajo la luz del humanismo y el concepto de pluralidad y equidad.

Contribuir a elevar el nivel de formación de la ciudadanía es también función esencial de la Radio y la Televisión Pública. En consecuencia, fomentar Programas de *difusión y divulga-*

*ción cultural* que, arranquen de la diversidad y pluralidad propias del Estado español y tengan también en cuenta la cultura universal en materia de investigación, literatura, cine, teatro, artes plásticas, vídeo, música, deportes entre otros, es obligación de su condición de *servicio público*.

*el deporte*, en todas sus facetas, debe formar parte de una radio y televisión de *servicio público*. Dentro de las posibilidades económicas de RTVE se garantizará la emisión en abierto de determinados acontecimientos deportivos de relevancia, prestando una atención especial a los deportes alternativos.

RTVE, para cumplir con su función de *servicio público*, debe hacer un esfuerzo para incluir en su programación deportiva, junto a las retransmisiones de alta competición, espacios, especialmente destinados a la infancia y la juventud, donde se difunda la *faceta no competitiva, ni mercantilista del deporte*.

El *servicio público* no sería completo si no fuera también destinado a los *españoles y las españolas que viven fuera* de nuestro país y si se renunciara a difundir nuestros valores, cultura y productos por todo el mundo.

Las *emisiones internacionales* de RNE y TVE Internacional son también de interés general, pues son, en no pocas ocasiones, el único nexo que mantienen con nuestro país los españoles residentes en el exterior. Sólo el Estado puede hacerse cargo de esa misión. Es exigible a su carácter de *servicio público*.

La programación de *servicio público* no debe quedarse en una simple enumeración de principios. Hay que *concretar programas, parrillas, horarios y contenidos* de obligado cumplimiento dentro de la flexibilidad inherente a cualquier medio audiovisual y sin olvidar que servicio público, calidad y entretenimiento son perfectamente compatibles.

Una buena forma de defender el interés general y de llegar a todos los ciudadanos es aprovechar al máximo las posibilidades que ofrecen las *nuevas tecnologías*, siendo vital para lograrlo la formación de buenos profesionales en esos ámbitos.

Para ello es esencial la participación en proyectos e investigaciones de los nuevos medios de difusión de la cultura digital y la *reforma y perfeccionamiento del Instituto de Radio y Televisión*, que deberá orientarse hacia el futuro.

La finalidad del *Instituto de Radio y Televisión* debe ser la formación y el reclaje de quienes son profesionales de

RTVE, aprovechando las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información. También colaborará en el estudio y la investigación de nuevos proyectos que sirvan para que la RTVE esté en la *vanguardia audiovisual*. Del mismo modo también debe participar en la actividad productora de RTVE.

El concepto de *servicio público* debe contemplarse desde una *perspectiva global*, no basta con la realización de programas aislados destinados a las minorías concebidas como "guetos". Muy al contrario se trata, sobre todo, de impregnar de principios constitucionales y de valores democráticos toda la programación.

En consecuencia hay que *desterrar* de una vez por todas el "*morbo*" y los *estereotipos* que crean imágenes distorsionadas del conjunto de la sociedad o los colectivos que la componen.

Especial atención merecen en este sentido, los jóvenes, a los que, en no pocas ocasiones, se presenta como seres sociales, inmersos en el mundo de las drogas y las "litronas". Una radio y televisión de *servicio público* debe mostrar también, en toda su riqueza, la cara positiva de la *juventud* que constituye, sin duda, la mayoría.

Desarrollar una *cultura por el empleo* como *servicio público* se convierte en obligación esencial para los medios audiovisuales públicos. Consecuentemente, la programación destinada a informar y a formar a los colectivos más desfavorecidos para facilitar sus posibilidades de inserción en el mercado laboral debe tener cabida en RTVE de manera preferente.

También es *servicio público* la programación destinada al *fomento del asociacionismo* y la participación en la vida ciudadana. En este sentido RTVE deberá promocionar las campañas institucionales y las realizadas por colectivos con representatividad en el mundo asociativo.

### **Programación de servicio público de entretenimiento**

La ciudadanía tienen derecho a disfrutar su tiempo de ocio y RTVE debe proporcionar también una *programación comercial*, pensada desde la perspectiva del entretenimiento que complete y haga más competitiva su oferta. Todo ello sin menoscabo de la calidad: el entretenimiento nunca ha estado reñido con la inteligencia. En cualquier caso, deberá ajustarse a los criterios mínimos y líneas básicas expuestas y estar perfectamente acotada dentro de la oferta global.

RTVE debe tener una *vocación mayoritaria* y, por tanto, aspirar a garantizar un servicio de calidad asequible a todos, por lo que resulta legítimo acceder a amplios sectores de la población en términos de audiencia, sin que eso resulte incompatible con la diversidad y la calidad.

La *programación de entretenimiento* deberá estar *sujeta*, al contrario que la puramente de servicio público, a la *aceptación* de los *telespectadores* y a la *respuesta publicitaria*.

## 5.- INSTITUCIONES

La reforma del Estatuto de la Radio y la Televisión es inaplazable y prioritaria. Veinte años después de su aprobación se hace necesaria una nueva Ley que regule el modelo, funcionamiento y financiación de la Radio y la Televisión pública desde una perspectiva moderna, participativa y profundamente democrática.

Sus principios deberán extenderse posteriormente a la legislación autonómica. Desde el punto de vista institucional es importante volver a definir, e incluso crear, nuevas figuras que garanticen este modelo. Si el Estatuto, en su día, fue un gran paso adelante, ahora es el momento de dar continuidad a la democratización profunda de RTVE.

### Dirección General-Presidencia

La Dirección General del Ente Público debe convertirse en *presidencia ejecutiva* del Consejo de Administración, otorgándole *independencia*, tanto en relación al Gobierno como al propio Consejo de Administración.

Su *nombramiento* se hará efectivo por el *pleno del congreso* con un mecanismo que garantice el *consenso* de todos los grupos parlamentarios (dos terceras partes de la Cámara). Y en base a criterios claramente objetivados

El periodo de *su mandato* será por *cinco años*. Éste no deberá coincidir, ni con la legislatura, ni con el mandato de los miembros del Consejo de Administración. De este modo, se conformaría un sistema de poderes autónomo que, sin embargo, no resta eficacia al funcionamiento del Ente Público.

En todo caso, su nombramiento debe contar con el *informe previo preceptivo*, aunque no vinculante del *Consejo Superior del Audiovisual*. Así mismo el candidato o candidata deberá presentar a la Cámara con antelación a su elección un proyecto de trabajo que refleje

su línea de actuación al frente del Ente público RTVE.

Al igual que para su nombramiento, de producirse su *cese*, con antelación al cumplimiento de su mandato, será necesario el acuerdo de los *dos tercios del pleno del congreso* de los diputados. De producirse esta circunstancia, en la misma sesión en que se materialice el cese deberá llevarse a cabo el nombramiento de un nuevo Presidente.

Además de las competencias que le son propias, como miembro del Consejo de Administración, la persona que ostente la presidencia tendrá también la *representación* ordinaria de RTVE, en particular ante la Comisión de Control Parlamentario; impulsará y coordinará los servicios de RTVE y de sus sociedades y actuará como órgano de contratación del Ente.

### Comisión de Control Parlamentario

El *Congreso de los Diputados*, a través de la Comisión de Control Parlamentario de RTVE, debe cumplir eficazmente la *tarea de control* que le encomienda y le exige la Constitución (art. 20,3), con objeto de garantizar que RTVE esté al servicio de la ciudadanía y se rija, en el desarrollo de su actividad, por los principios y valores constitucionales.

Para ello deberán *ampliarse* sustancialmente sus *competencias* que, en cualquier caso, incluirán la supervisión, entre otras materias, de los presupuestos de la programación.

La Comisión deberá tener la facultad de *proponer* al Pleno del Congreso y del Senado el *cese* de quien ostenta la Presidencia-Dirección General, y de los y las miembros del *consejo de administración* con la mayoría correspondiente de dos tercios.

### Consejo de Administración

Hay que definir nuevamente las funciones y competencias del *Consejo de Administración*. Su función actual, poco más que un órgano de control del/a Director/a General, deberá modificarse para convertir al Consejo en un auténtico instrumento de *representación y gestión* del Ente Público.

El Consejo deberá estar compuesto por el *presidente/a-director/a general*; *doce miembros* elegidos, entre *profesionales* de reconocido prestigio, seis por el Congreso y seis por el Senado, por mayoría de dos tercios y, por último, el *presidente o presidenta del comité general intercentros*, elegido en representación de los trabajadores del Ente público RTVE.

Su elección vendrá precedida de la *comparecencia* de todos ellos ante la *Comisión de Control Parlamentario* en que se acreditará su trayectoria y competencia en coherencia con las exigencias del servicio público de RTVE.

El Consejo *nombrará las direcciones de rtve y de sus sociedades*, a propuesta de la Presidencia del mismo. Aprobará el anteproyecto de presupuestos y las normas reguladoras de emisión de publicidad.

*Determinará* anualmente el porcentaje de *producción propia* que deberá incluirse en la programación de cada medio. Fomentará la coproducción y todas las formas de colaboración horizontal, entre las televisiones públicas (incluidas las autonómicas) y privadas y *prestará apoyo a la cinematografía*, a través de coproducciones cinematográficas y de series de ficción.

*Fijará* y planificará anualmente la *programación* delimitando los espacios de entretenimiento y los criterios que deben respetarse.

Será, también, quien *determine el carácter de servicio público* de un acontecimiento y los materiales objeto de *cesión gratuita* o a bajo precio, siempre en defensa y apoyo de los intereses generales. Deberá necesariamente aprobar las contrataciones de personal que excedan de una determinada cantidad.

En aras a la máxima transparencia en la gestión del Ente Público RTVE, el Consejo elaborará un *reglamento* que concrete normas y sanciones, en el que entre otros asuntos se regule un sistema de *incompatibilidades para los trabajadores y directivos* de la radiotelevisión pública.

Así mismo redactará, junto a los Comités profesionales, un *código deontológico y un estatuto profesional* que deberán ser aprobados de manera definitiva por el propio Consejo de Administración.

### Consejos Asesores

RTVE debe **MANTENER LA FIGURA DE LOS CONSEJOS ASESORES** correspondientes a cada una de las Comunidades Autónomas.

Estos Consejos deberán tener *competencias claras*, capacidad de iniciativa y estar formados por representantes de formaciones políticas, profesionales, sindicalistas, expertos en el mundo de la comunicación y usuarios.

Habrá que dotar de *mayores competencias* a los *Consejos Asesores* que deberán ser preceptivamente escuchados en

todos aquellos proyectos que afecten a su ámbito funcional o territorial. En especial en lo relativo a la programación, presupuestos, y nombramientos del personal directivo.

También deberán elaborar una *memoria anual* y funcionarán como organismo de conexión permanente con el Consejo de Administración y el Observatorio de Medios para realizar proyectos, ideas, propuestas o denuncias.

### Observatorio Ciudadano

El *observatorio ciudadano*, se creará como una nueva institución donde se realizará un trabajo sistemático para conocer la opinión de la ciudadanía, analizar sus propuestas y evaluar de forma periódica su satisfacción con respecto a la calidad de la programación. Estos trabajos se traducirán en *dictámenes* que tendrán *carácter vinculante*, tanto para la Presidencia-Dirección General como para el Consejo de Administración.

El Observatorio Ciudadano estará compuesto por técnicos-profesionales seleccionados por el Presidente/a del Observatorio y por personas elegidas por los colectivos representativos de la denominada sociedad civil.

Para ello será necesario la *apertura inmediata de una mesa de negociación* para que sea la presidencia y la organización de los distintas organizaciones sociales quienes fijen las áreas que tienen que estar representadas en este organismo y los criterios de representatividad según lo establecido en la Ley de Asociaciones. La estructura orgánica y el estatuto de funcionamiento de este Observatorio serán el fruto de esas negociaciones.

El Observatorio Ciudadano deberá elaborar una *carta de derechos y deberes* de los *telespectadores* y *oyentes* en el que se desarrollen algunos de los enunciados aquí expuestos.

Así mismo, deberá *establecer* las *normas* sobre *acceso* y tiempo de programación, en los medios gestionados por RTVE, de los *grupos sociales* y *políticos* más significativos con arreglo a criterios objetivos.

Además deberán materializarse las normas objetivas a la hora de evaluar la calidad de la programación, las formas de control y participación en las producciones de la radio y la televisión pública para la Red, etc.

### Defensor de la Audiencia

Presidirá y dirigirá el Observatorio Ciu-

dadano. Será *nombrado* por dos terceras partes de los miembros del *congreso* de los Diputados.

El Defensor de la Audiencia tendrá como funciones esenciales velar porque el *derecho de acceso* de todos a la Radio y la Televisión públicas sea una realidad y canalizar las quejas y sugerencias de los oyentes y telespectadores. Así como todas aquellas que fomenten una mayor participación de la ciudadanía en RTVE.

Una de sus misiones esenciales será *garantizar el derecho de réplica, rectificación y queja*, para lo que será necesario un desarrollo legislativo autónomo que le sirva como instrumento legal para exigir su cumplimiento al Presidente de RTVE.

El Defensor de la Audiencia velará especialmente para que la programación de RTVE fomente la igualdad de sexos y proteja a la juventud y a la infancia. Para ello se creará una *unidad específica de seguimiento* dentro del propio Observatorio Ciudadano que garantice su cumplimiento y que evite la inclusión de programas de contenido violento, especialmente en las franjas horarias dirigidas a los menores.

### Comité Profesional de Programas e Informativos

RTVE deberá articular y fomentar la *creación* en RNE y TVE de un *comité profesional de programas e informativos* que sirva como elemento de democratización y *control profesional* de la programación.

Dicho Comité permitirá la *participación* de los profesionales en el *nombramiento* de los *directivos* y *directivas*, actuando como factor de autorregulación de la actividad profesional.

Sus miembros serán *elegidos democráticamente* sin que puedan formar parte de este Comité los cargos directivos. Su mandato no será superior a dos años y podrán ser reelegidos por una sola vez. Los miembros de este Comité no podrán ser sancionados por actos realizados en el ejercicio de su función. Tendrá *capacidad para convocar asambleas*, y efectuar quejas y sugerencias que podrán ser elevadas a la Dirección y al Consejo de Administración.

Este Comité será preceptivamente *consultado* para el *nombramiento* de las *direcciones de TVE y RNE*, aunque su opinión no será vinculante.

Asimismo, deberán ser oídos en los nombramientos del resto de directivos y responsables, pudiendo ejercer el *de-*

*recho de veto* si alguno de los candidatos o candidatas fuese rechazado por una mayoría cualificada del ochenta por ciento de los trabajadores. En cualquier caso, la política de personal deberá tener en consideración el ascenso y la promoción de los trabajadores de plantilla.

Corresponderá al Comité Profesional junto al Consejo de Administración la redacción de un *código deontológico* donde se recogerán las normas universales de los trabajadores de la información emanadas de distintos organismos internacionales, así como un reglamento de buenas prácticas profesionales específicas para las diversas tareas realizadas en una redacción audiovisual.

Así mismo se incluirán *normas orientativas* para el tratamiento de *determinadas informaciones* relativas a las Instituciones o que afecten al equilibrio informativo entre el Gobierno y la oposición.

El Comité Profesional debe redactar también, en coordinación con el Consejo de Administración, un *estatuto profesional* donde se contemple la cláusula de conciencia, el secreto profesional y los derechos de autor, así como el conjunto de derechos y deberes de los profesionales que regirá su régimen y funcionamiento y la regulación de las relaciones entre este colectivo y la empresa, al margen del ámbito puramente laboral y sindical.

El *código deontológico* y el *estatuto profesional* serán sometidos a la aprobación del Consejo de Administración. Todo ello sin perjuicio de la capacidad de la Dirección para dirigir, organizar y coordinar la Redacción.

## 6.- SISTEMA DE FINANCIACIÓN

Si queremos ofrecer a la sociedad española una radiotelevisión pública fuerte y capaz de prestar un servicio público en términos de información, formación y entretenimiento, debe configurarse un *marco estable de financiación de RTVE*. Dicho marco estable tiene que concretarse en un *contrato* entre RTVE y la administración del *estado*. Su contenido deberá fijar los compromisos de RTVE como servicio público audiovisual, los objetivos económicos, financieros y de gestión de la radio y la televisión públicas, concretar la aportación pública a sus presupuestos, establecer los criterios de obtención de ingresos por publicidad y asegurar la transparencia en la administración de los recursos.

Las características de este contrato deberían incluirse en el nuevo Estatuto de la RTVE.

### **Deuda pública**

Previamente a la fijación de un sistema de financiación estable y suficiente es preciso abordar el problema de la deuda acumulada por RTVE. El Estado tiene que asumir esa deuda como propia, mediante un *plan financiero* que fije un plazo máximo de diez años para su completa liquidación.

Los Presupuestos Generales recogerían cada año la partida relativa al pago de la deuda y sus costes de financiación al margen del Presupuesto para RTVE. A partir de la entrada en funcionamiento de este Plan, RTVE no podrá seguir endeudándose.

### **Plan de saneamiento y viabilidad**

Paralelamente hay que elaborar un *plan consensuado* con el fin de evitar que se reproduzcan en el futuro situaciones agónicas como la presente. Este plan de saneamiento o viabilidad debería pactarse con todos los sectores implicados en la continuidad de RTVE. En lugar relevante, *los sindicatos*, con quienes es posible y se debe negociar una reordenación de prestaciones y recursos con un horizonte de equilibrio presupuestario.

Se ha de buscar una respuesta ambiciosa que permita una *gestión moderna y eficaz* y la adaptación de la empresa a la realidad y naturaleza del mundo audiovisual y a las necesidades del servicio público.

La *rentabilidad* de RTVE debe medirse en *términos sociales* no económicos, pero esto no significa aceptar una gestión ruinoso, el despilfarro o la burocratización de una empresa que por su propia naturaleza debe adaptar su funcionamiento a parámetros diferentes a un Ministerio. El aprovechamiento integral de todos los medios, humanos, materiales y técnicos, debe ser el referente de cualquier acuerdo.

Se trata en definitiva de profundizar, hasta sus últimas consecuencias, en la *profesionalización*, racionalizando funciones y categorías para adaptarlas a las necesidades de los tiempos actuales y a las nuevas formas de producción que permitan repartir mejor el tiempo y los recursos humanos, materiales y financieros para su pleno rendimiento y rentabilidad.

Habrà *que modernizar* la gestión con criterios claros, profesionalizando, a la

vez el acceso a los cargos directivos. Es necesaria una reducción sensible del organigrama.

RTVE debe ser un referente a la hora de *impulsar la creatividad* y la producción de calidad. Los Presupuestos del Ente deberán incluir anualmente una partida destinada a la co-producción de cine y teatro español, así como una cantidad destinada a financiar la Orquesta y Coro de RTVE.

La Radio y la Televisión pública asumirá el compromiso de realizar a través de *producción propia*, es decir, con sus medios y su personal, una buena parte de la programación, que no debería ser inferior al 70% del total, incluida aquella que provenga de otros canales públicos españoles. También deberá actuar como dinamizadora de la industria audiovisual admitiendo el 30% restante de producción externa.

En todo caso, deberán fijarse unas nuevas y más *severas condiciones de contratación*, que garanticen la publicidad y la concurrencia, así como de seguimiento y control para impedir opacidades, despilfarros y fraudes.

### **Sistema estable de financiación**

RTVE debe financiarse de acuerdo con los modelos ya establecidos en las radios y televisiones públicas del resto de Europa, que han adoptado una *financiación mixta*.

Radiotelevisión española tiene que optar por una fórmula similar que contemple ingresos procedentes de los Presupuestos Generales del Estado -que aseguren la elaboración, producción y emisión de la programación de servicio público-, así como otros ingresos, sujetos a limitaciones, a los que TVE pueda acceder en el mercado publicitario y en competencia con las restantes cadenas públicas y privadas. El modelo se completa con los ingresos que procedan de la comercialización, alquiler o venta de sus realizaciones o servicios.

El Presupuesto de RTVE debe *planificarse* con antelación de varios años para que se puedan poner en marcha los proyectos que exigen planificación a largo plazo, al margen de su ajuste anual.

Sería necesaria la elaboración de una *contabilidad analítica* que permita, en todo momento, hacer un seguimiento claro de gastos e inversiones.

Se fijará un mecanismo que permita al *consejo de administración* un control *trimestral* del cumplimiento presupuestario.

Al tratarse de dinero público la *transparencia* de sus cuentas debe ser total, para lo que habrá que fijar los mecanismos eficientes para su completa fiscalización.

### **Ingresos vía presupuestos generales del Estado**

RTVE debe contar con una *financiación suficiente y estable* para garantizar el servicio público y la correspondiente programación en los términos establecidos en páginas anteriores.

La Radio y la Televisión pública ha de disponer de los recursos suficientes para adquirir *derechos audiovisuales* en el mercado, así como producciones cinematográficas y eventos deportivos que por su entidad y calidad deban llegar a todos los ciudadanos.

El Estado tendrá que asumir la mayor parte de los gastos, *via presupuestos generales del Estado*, de forma que la financiación pública no sea un simple mecanismo de equilibrio económico.

Los recursos públicos deben establecerse, tal y como ya se ha indicado, en un *contrato entre RTVE y el Estado*, del que nace la obligación de configurar una Radiotelevisión pública que responda a los intereses de toda la sociedad española.

En todo caso se fijará la "*obligación de cesión*" -total o parcial, a precio de coste o incluso gratuita- de RTVE al resto de los medios audiovisuales de aquel material audiovisual que responda a acontecimientos de carácter institucional y que estén en posesión de la radio y televisión pública como consecuencia de su consideración de servicio público. El Consejo de Administración deberá, a propuesta de la Presidencia-Dirección General, fijar los *contenidos susceptibles de cesión*, independientemente de que la actualidad y las características del medio puedan hacer necesaria una cesión inmediata en casos concretos. La cesión se limitaría, en principio, al mínimo razonable para la elaboración de una información suficiente.

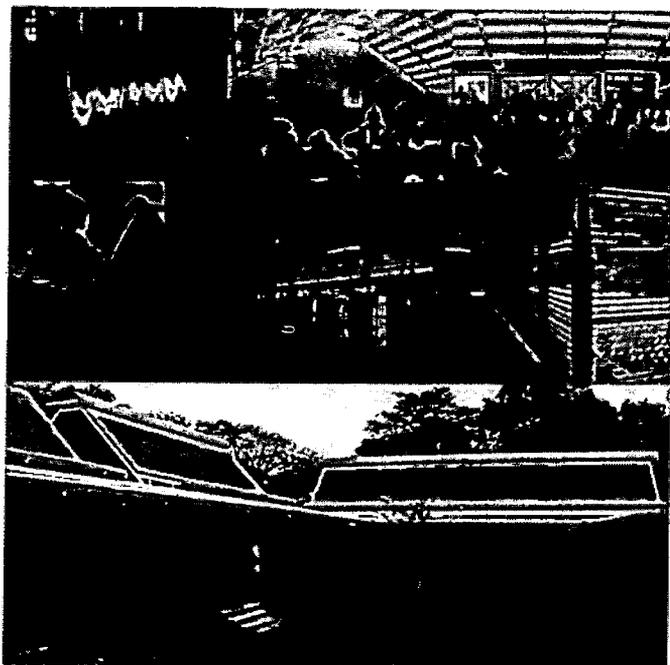
### **Ingresos por publicidad**

TVE debe progresivamente *abandonar la saturación publicitaria* e irá reduciendo paulatinamente, durante el período de liquidación de la deuda, su tiempo de emisión de publicidad en ambas cadenas.

Al final del proceso, TVE 1 y La 2 tendrán un máximo de *siete minutos de media por hora* de emisión, lo que supondría una reducción de casi el 50%.



## Espacios Culturales Comunitarios



### Espacios Culturales Comunitarios galardonados en la X Bienal de Arquitectura de Venezuela

Concebidos y realizados por la **Dirección de Edificaciones Culturales del Viceministerio de Cultura**, el premio especial que le fue conferido constituye un reconocimiento a los valores de fraternidad, igualdad y libertad contenidos en ellos; a su condición de eficiencia en la utilización de los recursos, y sobre todo, a su luminosa enseñanza colectiva. De manera inequívoca, los **Espacios Culturales Comunitarios** representan un testimonio acerca de cómo, hoy día, la gestión arquitectónica pública apuntala la instrumentación democrática e igualitaria y la emancipación social. En este sentido, conforman una disciplina utilitaria que asume, responsable y éticamente, la tarea de alcanzar altos niveles de calidad y excelencia para promover la vasta eclosión de todas las formas culturales populares, encapsuladas en la miseria, en la carencia o en la exclusión.

El Estado asume toda la responsabilidad social para el diseño del espacio donde se desarrollan las tareas públicas. La organización del territorio, la ciudad y la arquitectura van volviendo a adquirir el papel protagónico que deben tener en el ámbito público.

**Espacio Cultural Comunitario** de San Sebastián de los Reyes, estado Aragua, inaugurado por el Presidente de la República el 17 de junio de 2001.

**Espacio Cultural Comunitario** de Andresote, Palmarejo, estado Yaracuy. Se inaugura el 1.º de diciembre.

**Espacio Cultural Comunitario** de San José de Guaribe, estado Guárico. Se inaugura el 8 de diciembre.

### La cultura para construir y profundizar la revolución

Siguiendo el ejemplo de numerosos países de nuestro entorno europeo habría que *eliminar cortes publicitarios* durante la proyección de películas, obras teatrales y otras producciones que por su naturaleza así lo requieran.

RNE debería mantenerse dentro del actual esquema de no dar cabida a la publicidad en su programación.

En la programación de entretenimiento, la publicidad sería un elemento importante a la hora de evaluar su emisión y permanencia en antena, según las expectativas creadas. Habrá que dictar unas *nuevas normas de emisión de publicidad* en RTVE, donde se defina, también, el papel de patrocinadores, genéricos y de programas, en el período de transición hasta la liquidación total de la deuda.

En todo caso, el contenido de la programación de entretenimiento y su tratamiento publicitario deberán ajustarse a los principios mínimos apuntados anteriormente, especialmente el de *independencia* frente a intereses económicos o comerciales.

*en ningún caso podrán patrocinarse los programas informativos*, cualquiera que sea su naturaleza, y la publicidad, aun en forma de publi-reportaje, irá claramente identificada y acotada. Se fijarán normas sobre la utilización y explotación publicitaria del personal propio o contratado de RTVE.

#### Ingresos por comercialización de productos y medios propios

La financiación de RTVE deberá completarse con los ingresos procedentes de la venta en el mercado nacional e internacional de sus realizaciones, así como de la comercialización de sus recursos humanos, materiales y técnicos.

RTVE debe mantener su *capacidad productora*, asegurando el volumen de producción propia que le permita la autonomía respecto a la industria externa, así como la rentabilización de los recursos propios a través de la comercialización de parte de esa capacidad productiva y de sus recursos humanos y técnicos.

De la misma manera RTVE debe mante-

ner su *capacidad emisora*, estando presente en todos los segmentos de mercado y en las distintas coberturas transnacionales, recurriendo a los métodos de difusión más indicados y actuales, ya sea transmisión analógica, digital o combinación de ambos.

Para obtener la máxima rentabilidad de sus productos y recursos sería necesario crear una sociedad encargada exclusivamente de su comercialización, cuyo funcionamiento respondiese a estrictos criterios de mercado y cuya estructura, dejando a salvo su capacidad para competir en el mercado, sería mínima en cuanto a personal y medios materiales. El presupuesto de gastos de RTVE *no podrá crecer por encima del IPC* en tanto dure el proceso de absorción de la deuda por parte del Estado.

Se facultará a RTVE para establecer *convenios económicos* con las Comunidades Autónomas que no tengan tercer canal y, con aquellas que lo tengan, para la utilización del personal y de las instalaciones y medios de los Centros Territoriales de TVE. ■

Galería de papel / Consuelo Méndez



## Consuelo Méndez Aguas de mis ancestros

Aguas de mis ancestros es el más reciente trabajo de Consuelo Méndez. Allí el dibujo de formas libres se entremezcla suavemente con la acuarela, con la aguada. Las tintas azules invaden el espacio, lo alteran, haciendo de la imagen un mar de tumultuosos encuentros. Sin premeditación parecen sucederse unos a otros, salidos de una mano angustiada, cuya pulsión creativa es fuerte e inquieta. Aguas que fluyen, encuentros, lejanía, un discurso sensible, cercano a la emoción extrema.

La obra se aproxima a la libertad en su más pura expresión. La mano fluye suelta, sin ataduras que impidan su libre desarrollo gestual. Un juego de negros y blancos se enarbola, soledades propias de la memoria. Allí los gestos se transforman en vestigios de imágenes, huellas dejadas por las manos que viven, sueños perseguidos por algún espectador pasajero. El sonido del trazo asombra, su ritmo se advierte en un trazo desleído en mancha, en una preocupación extrema por asociar el soporte al suceso, al evento creativo.

Es una serie impulsiva, visceral, que consigue tras la continua investigación apoderarse del espacio. Son ejercicios, sucesos que nos permiten establecer relaciones claras entre lo que se mira y el sentimiento desenfocado que se produce.

**Nayarí Castillo Méndez**

Consuelo Méndez nace en Caracas, 1952. Cursa estudios universitarios en California, USA, de Licenciatura (1974) y Maestría en Artes Plásticas (1976). Egresada del Centro de Artes Gráficas, Caracas (1981). Actualmente es Sub-directora Académica, docente e investigadora del Instituto de Estudios Superiores de Artes Plásticas Armando Reverón. Ha sido galardonada por su obra plástica en el Salón Michelena (1981, 1983), Premio Municipal de Artes Plásticas de Caracas (1984), Bienal de Gráfica de Maracaibo (1990). Invitada en calidad de docente a los Cursos Internacionales de Expresión, Comunicación y Psicomotricidad de la Escuela del Ayuntamiento de Barcelona, España (1995, 1996, 1997, 2000). Ha participado en numerosas exposiciones en países como Bulgaria, Puerto Rico, Colombia, USA, Cuba, México, Polonia. Sostiene un trabajo permanente en la Artes Plásticas: pintura, dibujo y artes gráficas, a la vez demostrando un especial interés en la elaboración de libros objetos y obra sobre papel. La relación entre el cuerpo y la plástica se hace cada vez más relevante a su expresión personal y su pedagogía, marcando la pauta para su proceso de investigación creadora. Comienza a incursionar en una práctica pedagógica que integra la terapia y las artes. Perteneció al Grupo Pielforma, laboratorio de investigación cuerpo-plástica, habiendo presentado sus performances en el CELARG (2001), Festival Maracay Perfor-Art 1999, Museo de Bellas Artes (1999), Festival de Artes de El Hatillo (1998).

- **Otro mundo es posible**
- **Políticas, cultura y comunicación  
¿una relación actual y necesaria?**
- **Venezuela: Política, Estado y Comunicación**
- **La cultura como servicio municipal**
- **Resistencia a la información**
- **Apuntes sobre el Discurso Oficial:  
¿Fonofilia o Letrofobia?**
- **El mecenazgo y la cultura**
- **Acceso, libertad y debate  
en el derecho a la comunicación**
- **México: El impacto del TLC  
sobre la cultura y los medios**
- **Manuel Espinoza:  
Cultura para construir revolución**
- **Terrorismo, Guerra y Medios**
- **Una alternativa del partido socialista  
para la reforma de RTVE**

