

CENTRO GUMILLA

comunicación

Estudios venezolanos de comunicación • Cuarto trimestre 2002 • N° 120



Televisión

Reseña y prospectiva

Director

Andrés Cañizález

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Andrés Cañizález

Gustavo Hernández

Elsa Pilato

Carlos Guzmán

Agrivalca Canelón

Narsa Silva

Carlos Correa

Marcelino Bisbal

Asistente del Consejo

Iván Alonso

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Signet Comunicación Global

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 25.000,00

Número suelto: Bs. 7.000,00

Exterior

Correo ordinario: US\$ 50,00

Correo aéreo América : US\$ 55,00

Otro país (aéreo): US\$ 60,00

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

Comunicación 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



comunicación

Nº 120

Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

Presentación		2
Entrada	Venezuela y Televisión. El espectáculo visual de la modernidad	
	■ Marcelino Bisbal	4
	Aportes para una agenda de investigación de la televisión venezolana	
	■ Equipo de Comunicación	18
	El apagón analógico	
	■ Aquiles Esté	28
	¿A qué se puede llamar hoy televisión pública?	
	■ Jesús Martín Barbero	34
	La regionalización del espacio televisivo: El caso europeo	
	■ Jesús María Aguirre	40
	Medio siglo de besos y querellas. La telenovela nuestra de cada día	
	■ Alí E. Rondón	46
	Locus solus: Juan Nuño	
	■ David De los Reyes	56
Estudios	Televisión e investigación en Venezuela	
	Elsa Pilato	68
	Estrategias pedagógicas para aprender a ver televisión	
	Gustavo Hernández Díaz	80
	La teleaudiencia venezolana: ¿una gran desconocida?	
	Vanessa Rodríguez Breijo	88
Hablemos	Mesa redonda con Ibsen Martínez y Alberto Barrera Tyszka	98
Reseñas		102
Perfiles	Jesús Sanoja Hernández	106
Informaciones		110
Documento	En la mira internacional situación del periodista venezolano	115

Presentación

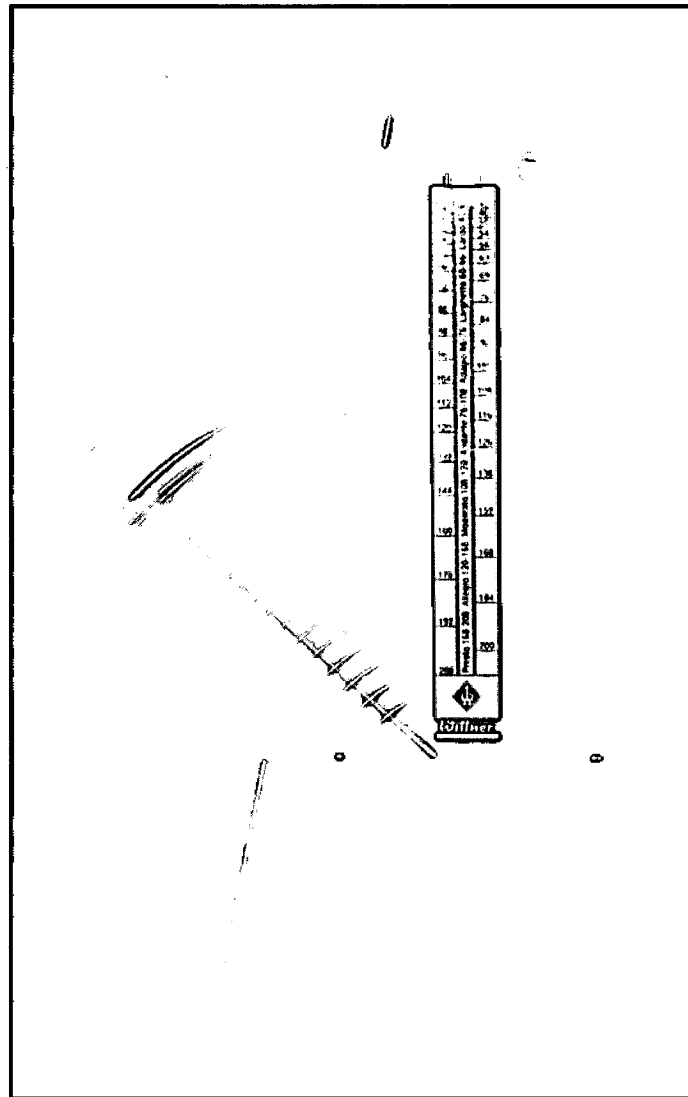
La televisión ha sido una de esas creaciones del ser humano a la que se le puede aplicar con entera certeza aquel viejo refrán que ha servido de estímulo y consuelo para muchos políticos y personas públicas: “que hablen bien o que hablen mal, pero en todo caso que hablen”. Alrededor del mundo una monumental legión de investigadores, docentes, realizadores, estudiantes, empresarios e incluso emocionadas reinas de belleza han reflexionado sobre el encanto, horror, beneficio o alienación que ha significado el surgimiento de este medio de comunicación en el panorama cultural del pasado siglo y hasta nuestros días.

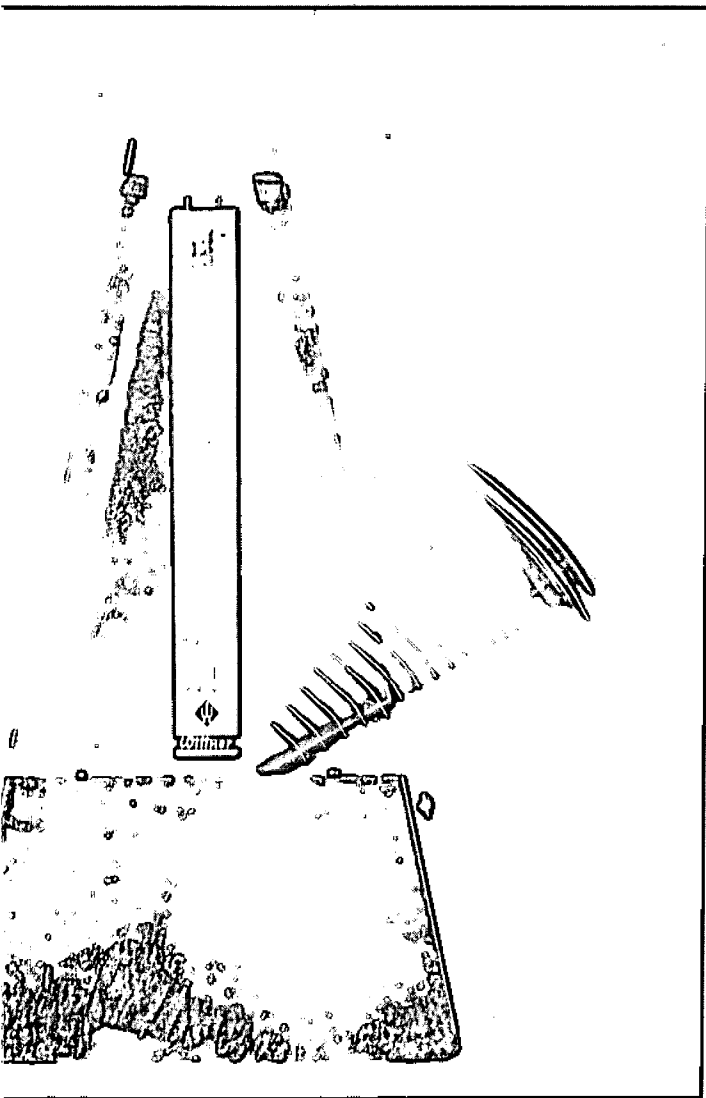
El juicio del ser humano contemporáneo sobre la televisión ha pasado desde el más apocalíptico de los pesimismos, hasta la más utópica de las esperanzas; atravesando, por supuesto, un prolijo camino de matices. Para unos, la televisión ha representado el deterioro, abandono y banalización de la verdadera cultura. Como pruebas fundamentales han mostrado el presunto desinterés de las nuevas generaciones por la lectura o la visita a los lugares tradicionalmente consagrados para el deleite cultural como museos, bibliotecas, teatros y salas de exposiciones; y su creciente apego a los productos audiovisuales principales, subsidiarios o relacionados al mundo de la televisión. Al contrario para otros, la televisión, como medio de comunicación de masas por antonomasia, ha abierto las puertas a la democratización en el acceso a la información y a los contenidos. Los argumentos de estos últimos están cimentados en la supuesta posibilidad que tiene hoy el ciudadano común de enterarse de lo que sucede a su alrededor, sin importar su condición económica o bagaje escolar, puesto que el receptor catódico suple todo este tipo de carencias.

Aparte de las posiciones extremas, han aparecido otras voces que además de poner su mira en las deficiencias y amenazas de este medio, también han tomado en cuenta sus posibilidades. Al respecto, algunos trabajos han ahondado en los usos pedagógicos, comunitarios y culturales de la televisión, siempre y cuando se realicen efectivos planes de educación de la población en la comprensión de su gramática audiovisual. Otro grupo de estas voces, varias de las cuales proceden de nuestro continente, se han dedicado a la tarea de desmitificar la irradiación hipnotizadora y cuasi diabólica que se le ha endilgado a este medio, haciéndonos caer en cuenta que vivimos dentro de un contexto cultural donde los mensajes de la televisión compiten, se acoplan o se rechazan de acuerdo al lugar y al momento que atraviesa el individuo.

Desde la revista *Comunicación* hemos aprovechado la ocasión de estar celebrándose en el mes de noviembre de este año 2002 el 50 aniversario del nacimiento de la televisión venezolana, para apuntar una *reseña y prospectiva* sobre este medio de comunicación que ha cambiado diametralmente la forma de ver y de vernos.

Iniciamos este número con un trabajo de Marcelino Bisbal donde el autor nos hace un recorrido por la historia de la televisión venezolana, prestando especial atención a ciertos detalles como las diferentes etapas de la estructura económica de las empresas; pasando desde la activa participación de las grandes transnacionales en los canales comerciales, hasta la “venezolanización” de los capitales. Seguidamente, varios de los





miembros del Consejo de Redacción reflexionan sobre los temas necesarios y susceptibles de ser investigados en el mundo del referido medio de comunicación.

El trabajo de Aquiles Esté se asoma al novedoso enfoque de la televisión digital y de las perspectivas de convergencia latente entre la tecnología analógica de la televisión y el entorno digital de Internet. La propuesta de Esté apunta la posibilidad, cada vez más cercana, de la aparición de un nuevo aparato multimediático donde se fusione la calidad visual de la TV y la interactividad de Internet, reformando ampliamente cada medio, sin que aún quede resuelta la incógnita de si veremos televisión por la pantalla del computador o si usaremos Internet a partir del receptor catódico.

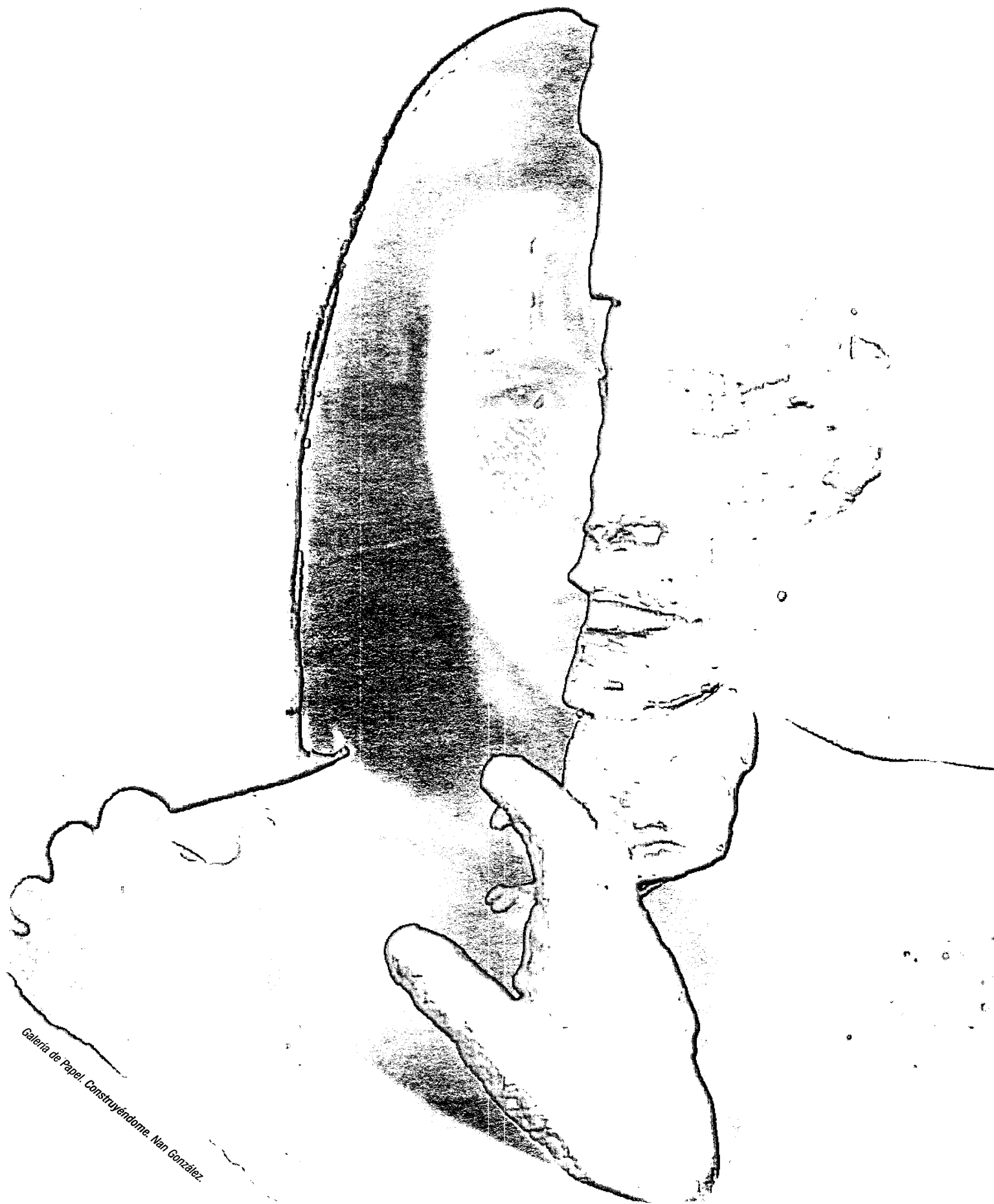
Jesús Martín Barbero nos presenta una reflexión sobre la televisión pública; y Jesús María Aguirre explora el proceso de regionalización de la televisión, como muestra del pulso vivido entre las tendencias globales que apuntan hacia los contenidos universales y las políticas de Estado pendientes de fortalecer el apego de los ciudadanos por su tierra. En especial hace referencia Aguirre en su trabajo al caso europeo.

Por su parte, Alí E. Rondón igualmente se aboca a la historia de la televisión venezolana, pero observándola desde el género que ha sido su principal producto de exportación, la telenovela. Varios aspectos como las temáticas de los melodramas, los tiempos, y las clasificaciones que algunos autores han hecho, son abordados en este trabajo. También en este número nos presenta nuevamente David De los Reyes *Locus Solus*, una línea de artículos dedicada a la reflexión sobre los filósofos que han hecho vida en nuestro país y que han dedicado parte de sus investigaciones a la comunicación. En esta ocasión De los Reyes aborda la obra de Juan Nuño.

Entre los estudios de la presente edición encontramos dos trabajos, el de Elsa Pilato y el de Vanessa Rodríguez Breijo, que analizan las tendencias en investigación en televisión y audiencia en Venezuela. Particularmente, Pilato se aboca a la recolección de los libros y trabajos de ascenso de dos universidades de la capital sobre este tema. Una de las conclusiones a las que llegan cada una de las autoras por su cuenta, es que si bien en un principio los estudios pioneros estuvieron inducidos por la búsqueda de los efectos de la televisión en los receptores, con el tiempo nuevas ten-

dencias investigativas han aportado la importancia de tomar en cuenta los contextos culturales dentro de los cuales están inmersos los televidentes.

En otro de los estudios, el de Gustavo Hernández Díaz, se presenta un panorama de las estrategias pedagógicas a las que pueden acudir los maestros y profesores para utilizar la televisión como una herramienta escolar. También podrá disfrutar el lector en esta edición de la sección *Hablemos*, donde Carlos Delgado-Flores recoge las impresiones de Alberto Barrera Tyszka e Ibsen Martínez sobre las relaciones del intelectual con la televisión. Asimismo, la sección *Perfil* explora a Jesús Sanoja Hernández, como hombre apasionado de la historia, el periodismo y la política. Finalmente, también están presentes en este número las habituales secciones de reseñas, informaciones y documento.



Galería de Papel. Construyéndome. Nan Gonzalez

Venezuela y televisión:

El espectáculo visual de la modernidad

La aparición y desarrollo de la televisión en Venezuela, y todos los procesos económicos, sociales, culturales e incluso políticos provocados por ella, guarda una estrecha relación y parecido a los sucedido en otros países latinoamericanos cuando surgió este mismo medio de comunicación. En este trabajo, Marcelino Bisbal hace un recorrido por los 50 años de vida de la televisión en nuestro país, poniendo especial atención en ciertos detalles como las diferentes etapas de la estructura económica de las empresas; pasando desde la activa participación de las grandes transnacionales en los canales comerciales, hasta la "venezolanización" de los capitales. También reflexiona el autor sobre la labor de los canales estatales como medios de comunicación de servicio público y su situación legal, así como los procesos de expansión de las televisoras regionales. Concluye Bisbal con un análisis sobre las relaciones entre los contenidos y los usos televisivos, demostrando, entre otras cosas, el indiscutible predominio de la industria cultural de la televisión sobre otras manifestaciones del arte elitesco.

■ Marcelino Bisbal

Una migración cultural fundamental en la segunda mitad del siglo XX: la que va del cine, espectáculo en sociedad, a la televisión, el regreso de la familia que modifica los antiguos métodos de manejo hogareño. Con la televisión llega el diálogo audible entre un público y un medio masivo, surge un gestor y censor interesado (el rating) y el entretenimiento se vuelve dogmático, mientras amenaza al espectador: "o me ves o te quedas a solas con tus pensamientos". Y esta migración es de larga resonancia...

Carlos Monsiváis

El medio irrumpe en Venezuela el 22 de noviembre de 1952 en plena dictadura militar de Marcos Pérez Jiménez. En Venezuela, al igual que en Argentina, Colombia y Perú, la televisión se inicia como medio estatal, aunque rápidamente irán surgiendo nuevas estaciones con patrones de televisión privada-comercial, casi nula reglamentación y gran influencia y penetración de las transnacionales audiovisuales norteamericanas.

“Para el poder perezjimenista, era un nuevo ‘gadget’ del progreso -como las autopistas, los teleféricos y los rascacielos- y como tal fue recibida por la gente. La curiosidad maravillada se detenía en el nuevo uso del nuevo procedimiento. El Estado, en tanto estructura jurídico-político no encaró las implicaciones sociales del fenómeno. A lo sumo, significó una posibilidad nueva y permanente de realce promocional del *Nuevo Ideal Nacional* para algún funcionario avisado. Ni siquiera se pensó en otorgarle al nuevo medio un marco legal o reglamentario propio, adicionando al viejo y benemérito Reglamento de Radiocomunicaciones de 1941 un conjunto de normas específicas que desarrollarán las tímidas previsiones en las que apenas se contemplaban servicios experimentales de televisión y *se prohibía* incluso la puesta en marcha de las mismas con carácter permanente hasta tanto se dicte por el Ejecutivo Federal las normas que han de reglamentar esta clase de servicio(…)” (Capriles, 1991:8).

Aunque un año antes (1951) se habían hecho algunos experimentos de inicio de la televisión en el país con la presencia de un venezolano de padres rusos, Miguel Sapkowski, no será sino hasta 1952 cuando salga al aire la primera transmisión de la *Televisora Nacional: Canal 5*. Hasta la orquesta de Billo Frómata en ese año le cantará al medio: “La televisión pronto llegará / yo te cantaré y tú me verás...”. Podemos decir entonces, que desde enero de 1953 contamos en Venezuela con televisión ya que desde esa fecha la *Televisora Nacional* inicia regularmente sus transmisiones.

Pronto vendrán las primeras estaciones privadas de televisión: el 30 de mayo de 1953 hará su aparición la actual *Venevisión*, pero que en ese momento se llamó *Televisa YVLV: Canal 4*. La presencia de esta primera experiencia televisiva-comercial se debió al empeño de un pionero del medio radio en el país, Gonzalo Veloz Macera. Pero también, junto con ser la pionera de la televisión privada, ella será la

66

Ya para finales de la década de los años 50 la televisión se perfilaba como un gran negocio y alguien llegó a expresar que sería el negocio de la segunda mitad del siglo XX y que tendría su ola expansiva en el siglo XXI. Allí hubo un sentido profético en perspectiva mercantil que se afianzará con la convergencia tecnológica del presente: sector audiovisual, sector informático y sector de las telecomunicaciones.

99

que inicie los convenios con accionistas transnacionales de gran poder mercantil como la National Broadcasting Company (NBC) de EE.UU., con socios de elevada capacidad económica como los señores Alberto Reina y Carlos Alfredo Blohn y con empresas como Cerveza Polar, Philco Sabal Hermanos y Publicidad Vepaco. Pero en los comienzos de la década del 60 *Televisa* empieza a confrontar serios problemas económicos y los accionistas deciden traspasar todos los equipos e instalaciones a un grupo de profesionales e incipientes empresarios de la televisión cubana (de la estación CMQ-TV), siendo el que más destacó como accionista del grupo el industrial cubano-venezolano Diego Cisneros. Así, en 1961 surge *Venevisión: Canal 4* con el apoyo de la cadena norteamericana American Broadcasting Company (ABC) (42.95% del capital) y la corporación de bebidas gaseosas Pepsi-Cola Internacional. Los datos de la época revelan que estas transnacionales controlaban casi el 80% del capital, en tanto que el 20% restante pertenecía a los Cisneros (Oswaldo y Diego) y a la sucesión Monsanto. Su primer director fue el conocido animador, hoy desaparecido, Renny Ottolina. Este mismo grupo (Teleinversiones C.A) ad-

quirió los activos de una pequeña televisión regional enclavada en Valencia, Estado Carabobo, que pasó a llamarse *Teletrece*, pero que en sus inicios se conoció como *Radio Valencia Televisión: Canal 13* (había irrumpido el 20 de septiembre de 1958 como primera iniciativa de televisión regional y ligada a un grupo de empresarios regionales propietarios de *Radio Valencia*. Ante la falta de rentabilidad y la excesiva centralidad de las inversiones publicitarias el canal se declaró en quiebra definitivamente en 1962). La nueva experiencia de televisión regional apenas duró seis años, es decir desde su inauguración en octubre de 1963 hasta su cierre en 1969.

La segunda estación privada-comercial que hace su entrada en el negocio televisivo venezolano, que empezaba a crecer con vientos favorables pues ya se había superado en apenas un año la cantidad de 50.000 hogares en la posesión de receptores, fue *Radio Caracas Televisión: Canal 7* que tuvo su origen en la empresa Corporación Radiofónica Venezolana (CORAVEN) nacida con la experiencia de explotación del medio radio en la primera emisora radiofónica que conoce el país como fue la *Broadcasting Caracas* que luego cambiará su nombre a *Radio Caracas*. Así, el 15 de noviembre de 1953 se inaugura formalmente la actual *Radio Caracas Televisión: Canal 7*, que después pasará a ser *Canal 2* hasta nuestros días. Esta segunda planta privada también tendrá accionistas foráneos de origen norteamericano: el 20% del capital estará en manos de la National Broadcasting Company (NBC) y el restante en posesión de capital nacional, es decir del grupo William H. Phelps y Compañía.

Ese fue el inicio de los dos grandes grupos de la explotación de la comunicación televisiva venezolana: la Organización Diego Cisneros (ODC) con su *Venevisión: Canal 4* como la iniciadora de todo el emporio audiovisual no sólo nacional, sino regional y más allá de la región; y el grupo IBC con su *Radio Caracas Radio* como la primera experiencia del negocio de radiodifusión en el país, hasta llegar a *Radio Caracas Televisión: Canal 2*. Aunque en el camino, antes de llegar hasta ahí, se darán otras experiencias de pequeños canales televisivos especialmente en la provincia venezolana. Así, durante la década de los años 50 y concretamente en 1956 se funda en el Estado Zulia una subsidiaria de *Televisa* que se llamará *Televisa del Zulia* que duró realmente muy poco; en 1957 en el mismo Estado Zulia aparecerá *Ondas del Lago Televisión: Canal 13* que ce-

rrará definitivamente al comienzo de la década del 60; la referida *Radio Valencia Televisión: Canal 13* que saldrá al aire en septiembre de 1958 y que aguantará hasta 1962, dando paso en octubre de 1963 a *Teletrece* hasta su cierre en 1969 (Sapkowski, 1998:312-315).

Ya para finales de la década de los años 50 la televisión se perfilaba como un gran negocio y alguien llegó a expresar que sería el negocio de la segunda mitad del siglo XX y que tendría su ola expansiva en el siglo XXI. Allí hubo un sentido profético en perspectiva mercantil que se afianzará con la convergencia tecnológica del presente: sector audiovisual, sector informático y sector de las telecomunicaciones. Pero en los comienzos de las primeras licencias de explotación el asunto no estaba tan claro. Al punto, y pasó en toda América Latina, que:

"a poco de iniciar las emisiones la mayoría de ellos [propietarios] no tardó en descubrir que ese medio requería de importantes inversiones en equipos, en programación y, también, de personal especializado en sus aspectos comerciales, administrativos y técnicos de los que carecía. El remedio que encontraron para resolver todas esas dificultades consistió, como era previsible, en subordinarse a las grandes cadenas de radio y televisión de los Estados Unidos (la CBS, la ABC o la NBC), o a otros grupos de igual origen pertenecientes al sector de las comunicaciones masivas" (Muraro, 1987:137).

En ese sentido, el inicio de la televisión en la región estuvo subordinado a las multinacionales del negocio comunicacional norteamericano preferentemente. Venezuela no fue la excepción de la regla, como ninguna nación de la América Latina donde se iniciaba la penetración del medio televisión. Así que en el país la presencia de lo que Herbert Schiller llamó "la invasión mundial de la electrónica y de la difusión de programas" no se hizo esperar a través de las "tres grandes" como se las conoció a la NBC, ABC y la CBS respectivamente. Pero también hubo otras compañías norteamericanas que actuaron en Venezuela con fuertes lazos a experiencias nacionales, este fue el caso de Time-Life Broadcast Station y su relación directa con la empresa Proventel (Producciones Venezolanas de Televisión):

"La compañía productora Proventel, que suministra programas para el Canal 8 de Venezuela y tiene su cuartel general y una estación transmisora en Caracas, además de estaciones en Valencia, Barquisimeto y Maracaibo, y la compañía

66

A partir de la primera mitad de la década de los setenta la televisión se ha convertido en el medio comunicacional de mayor penetración e impacto en la sociedad venezolana. Este hecho lo demuestra el aumento de receptores por hogares que fue constante en la década de los sesenta y que en los setenta será de explosivo aumento.

99

Proartel en Buenos Aires, que suministra programas al Canal 13 de la capital. En ambos casos Time-Life y CBS son propietarios del 20% cada uno, con el resto dividido entre Mestre y participaciones locales (...)" (Schiller, 1976: 82-83).

En suma, para bien o para mal, la modernización de la ciudadanía en América Latina encontraba un nuevo aliado para tal fin, la televisión. Ya no estaba sola la masiva escolarización que sufría beneficiosamente el continente, sino que ahora se hacía acompañar por un nuevo canal que no la abandonaría de allí en adelante. Por ello, José Joaquín Brunner dirá que entre 1950 y comienzos de la década de los 90 se cumplirá el ciclo de incorporación de la región a la *modernidad cultural*:

"A tal efecto, la televisión proporciona, junto con la escuela, la otra red extensa e intensa de articulación de esa cultura de masas, imprimiéndole sus géneros preferentes, su mezcla estética-comercial y publicitaria, su internacionalismo y sus ritmos de consumo, proyección e identificación. El nuevo imaginario-social-de masas latinoamericano es producido por la televisión, igual que en su formación intervienen la escuela y la ciudad" (Brunner, 1992:61).

LA EXPANSIÓN

El surgimiento del sistema democrático en Venezuela coincide con la ola expansiva de la televisión comercial en el país y con su poder de irradiación hacia todo el territorio. Si en los comienzos de la década de los años 60 -hacia 1963- esa cobertura llegaba apenas al 20% del territorio, para 1970 se alcanzaba el 47% y se pasaba del 68% para 1978 al 98% en la actualidad (Datos Information Resources, Índices económicos de 1998, 1999 y 2000). Entre 1952 -fecha de inicio de la televisión en Venezuela- y 1960, según un informe de la UNESCO, ya se habían establecido un poco más de 250.000 aparatos telerreceptores. En 1965 lo hogares que contaban con esta tecnología correspondía al 30% (439.000 hogares), en 1970 llegábamos a un 47% (casi el doble de hogares que en 1965, es decir 820.000 hogares con televisión), de ahí a un 89% en 1991 (3.492.000 hogares con televisión) y en este momento la posesión de aparatos de televisión es de 98%, es decir 4.942.600 hogares con televisión (Ibidem).

Durante los años 60 e inicio de los 70 se consolidarán, en Venezuela, las bases de una(s) industria(s) cultural(es) que tendrá a la televisión como el paradigma a seguir. En ese período se inicia la actividad publicitaria como el gran negocio que sostendrá a esas industrias culturales y que encontrará en la televisión comercial el espacio privilegiado para su inversión: mientras la televisión se lleva como promedio el 63,2% de la "torta publicitaria", la prensa contará con el 20,3%, la radio el 9,0%, las vallas y publicidad exterior acaparará apenas el 5.5%, internet tan sólo el 0,1% y otros medios el 1,4%. El profesor Antonio Pasquali llegará a decir que ante esta dependencia publicitaria de nuestra televisión lo que se revela es un "excepcional desajuste estructural. América Latina y el Caribe exhiben comparativamente a las otras regiones la mayor inversión del mundo de publicidad en televisión: 42% contra un promedio mundial de 25,5%. Venezuela sale a relucir como uno de los casos particulares con un 66,8% del total de inversión destinada a esta actividad"¹ (1990:157).

Este predominio de la inversión publicitaria en televisión favorecerá la especialización y diseño sofisticado de esa misma publicidad y, por otro lado, tal como nos lo apunta Heriberto Muraro, ante el hecho que se sucedió en toda la región y que fue promovido por el crecimiento de la televisión comercial en la década de los sesen-

ta, "el desarrollo de la publicidad televisiva favorecerá el crecimiento de las empresas extranjeras tales como agencias de publicidad, los consultores en investigación de mercados y, a través de la propaganda, se estimuló también la demanda de bienes producidos por las empresas multinacionales (las cuales fueron las principales anunciantes de ese medio durante la década del sesenta). Por último, la implantación de la televisión contribuyó a articular con las corporaciones a diversos grupos de empresas antes dispersas, entre ellos a representantes de los 'viejos medios', incrementando así el poder económico y político de aquellos" (1987:139).

La alternativa comercial

La televisión venezolana, si bien nació como iniciativa del Estado, aún a pesar de los intentos y experimentos que se dieron en ciertos sectores y particulares ligados a ámbitos privados comerciales en donde algunos estaban ligados al negocio del medio radio especialmente, tendrá ya desde sus inicios el sello de la racionalidad mercantil. El esquema de base para la televisión en Venezuela estaba siendo calcado del "modelo norteamericano", es decir un esquema privatista y mercantil.

"En Venezuela, el sector dominante de la televisión es el sector privado comercial, constituido según la fórmula antes anotadas y compuesto principalmente por un oligopolio tradicional (Radio Caracas Televisión, de la familia Phelps, y Venevisión, de los Cisneros). La televisión comercial se inserta en el esquema piramidal de la difusión masiva del cual Venezuela es un ejemplo paradigmático de organización: anunciantes, publicidad, medios (cada estrato organizado económico y lobbisticamente en función de sus intereses -Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), Federación Venezolana de Agencias de Publicidad (FEVAP), Cámaras de Medios-). La televisión privada ha ofrecido, durante años, un ejemplo de competencia perfecta organizada, superior a la famosa 'mano invisible' de Adam Smith: un mecanismo cuasi-cibernético de control del mercado, denominado *Sercotel*, capaz de establecer cupos de mercado y de redistribuir entre ambas cadenas los 'excesos' de ingreso publicitario en un período determinado, percibidos por una de ellas. Ejemplo sin igual de cartelización (aunque haya desaparecido y vuelto a aparecer según las circunstancias coyunturales de la historia reciente de la televisión nacional): las audiencias

/ mercancías se reparten, así, equitativamente... (Capriles, 1991:17-18).

Esta década de los sesenta podría ser llamada, con sobrada razón, la etapa de la consolidación del medio televisión de carácter mercantil. Aparecerán nuevos canales que pronto dejan de existir, se afianzarán otros como *Radio Caracas Televisión* y dará inicio, después de la liquidación y reconversión de *Televisa*, en 1961, *Venevisión: Canal 4* de la hoy conocida Organización Diego Cisneros (ODC). De esta forma se constituiría el modelo de televisión comercial dominante hoy en Venezuela, y a través de la historia de estos dos canales vamos a ver la más feroz lucha por conquistar el mercado de las audiencias que se traduce en consumo de los más variados, a veces superfluos, bienes y servicios. Allí comienza la expansión de dos grupos de la industria cultural televisiva que irá penetrando poco a poco, pero muy sólidamente, las ramas de otras industrias culturales tanto nacionales como fuera del país. Para muestra un botón: hoy el grupo Cisneros está compuesto por más de 70 empresas en 39 países, incluyendo 50 empresas conjuntas y asociaciones en toda Latinoamérica con firmas de tanto peso como AOL Time Warner, la subsidiaria de GM Hughes Electronics, Coca Cola y Hicks, Muse y Tate & Furst. La Organización Diego Cisneros obtuvo en el año 2000 ganancias por 3.6 millones de dólares. El propio Diego Cisneros, presidente y cerebro de toda la Organización, llegó a decir recientemente que "desde hace tiempo se nos hizo pequeña Venezuela" y "que tenemos la visión de que todos nuestros negocios forman parte del tiempo libre de la familia media" (*El Nacional*:2001, F-1).

Mientras esos grupos se consolidan y expanden, surgen dos nuevos canales comerciales en Caracas, uno de ellos el primero de agosto de 1964 bajo el nombre de *Cadena Venezolana de Televisión: Canal 8 (CVTV)* con capital nacional (grupo Vollmer) y acciones de la CBS, Columbia-Time and Life. El otro en 1966 bajo la denominación de *Canal Once de Televisión*, de propiedad de los hermanos Ricardo y Amable Espina y las transnacionales Gillette y la Metro Goldwyn Mayer. Ambos canales desaparecerán en el tiempo, uno en 1974 por traspaso a la administración pública ya que la empresa se declara en quiebra, y el otro dejaba de funcionar a finales del año 1967 ya que la publicidad no se insertaba en sus espacios por su limitado alcance que apenas cubría el Área Metropolitana y alrededores de Caracas.

UN DESARROLLO INDEPENDIENTE

A partir de la primera mitad de la década de los setenta la televisión se ha habido convertido en el medio comunicacional de mayor penetración e impacto en la sociedad venezolana. Este hecho lo demuestra el aumento de receptores por hogares que fue constante en la década de los sesenta y que en los setenta será de explosivo aumento: la variación anual para 1970 fue de 86.8%, en 1975 de 57.5% y para los finales de esa década llega a ser del 79%. Esto significa que si en 1970 el número de hogares que poseían televisión era del 47% (820.000 hogares con televisión), pasábamos en 1979 a tener 2.218.500 hogares con televisión (79%).

Para comienzos de la década de los 70 contábamos con una planta de televisión oficial (*Televisora Nacional: Canal 5*) y tres estaciones pertenecientes al sector privado (*Radio Caracas Televisión: Canal 2; Venevisión: Canal 4 y Cadena Venezolana de Televisión*). En el ámbito de la televisión mercantil la audiencia preferencial del 60,3% de la población se situaba entre las 6:00 p.m y las 10:00 p.m y su perfil de 3,5 personas por aparato se repartía así: 1,5 mujeres, 1,2 niños y 0,5 hombres. La programación en las llamadas horas estelares o "punta" estaba cubierta por telenovelas (melodrama televisivo) y teleseries importadas. La publicidad absorbía el 25% del espacio. Respecto al origen de la programación la participación extranjera, repartida entre EE.UU (56,5%) y Latinoamérica (15,7%) representaba un 72,2% frente al 27,8% de programación nacional. Los géneros en vivo se mantienen próximos al 20% y los noticieros nunca superan el 4%.

Nueva fase de desarrollo

Pero a partir de ese momento, fenómeno semejante ocurre en casi toda la televisión latinoamericana, la televisión de Venezuela ingresa a una nueva fase de su desarrollo y expansión geográfica. El hecho fue el traspaso de los paquetes accionarios, en manos de las grandes corporaciones del audiovisual norteamericano y de otros renglones de las industrias culturales estadounidenses, a propietarios locales. Aquí en Venezuela corría el gobierno del demócrata cristiano Rafael Caldera que a principios de 1974 ordenaba por Decreto-Ley que los capitales extranjeros en los distintos medios de difusión fueran retirados y trasladados a capitales nacionales. Entre los medios más afectados con esa iniciativa fueron la televisión y las

agencias de publicidad. La medida se conoció como la “venezolanización de capitales extranjeros” que en palabras del Presidente de la República tenía como fin “para que estos tengan la responsabilidad plena de medios de comunicación tan influyentes en la vida del país”.

De esa forma quedaba reestructurada la estructura de propiedad del medio, en el sentido que desde ese momento eran capitales nacionales los que asumían el riesgo del negocio, pero el sistema de régimen de propiedad seguía siendo el mismo: “mixto inauténtico”, es decir la convivencia de un sector oficial de televisión muy débil en penetración e infraestructura y un sector privado comercial muy fuerte en capital, presencia y tecnología comunicacional.

Otro elemento a considerar en este *desarrollo indetenible* de la televisión como medio fue el acelerado avance de la tecnología de transmisión y registro, así como la aparición de la televisión a color en el país. La tesis de la “dependencia tecnológica”, aupada por aquellos años, en los medios se ve claramente en la participación activa y dinámica que tienen las industrias electrónicas de países del primer mundo (Estados Unidos, Japón, Alemania, Canadá y Francia fundamentalmente) en ese desarrollo de la industria. Si las grandes multinacionales se retiraron de la presencia directa en la propiedad del medio, ahora se hacían más visibles a través de esa tecnología y de las producciones de todo tipo de contenidos.

La década de los setenta fue el tramo que requirió nuestra televisión para modernizarse tecnológicamente hablando. Una vez que *Radio Caracas Televisión* había transmitido en exclusividad la llegada del hombre a la luna con la utilización de la comunicación vía satélite, el presidente Rafael Caldera inauguraría, en 1971, la Estación Rastreadora de Camatagua y de esa forma llegaban los satélites y era la entrada en el país de la televisión internacional. Fue el comienzo de la globalización televisiva para Venezuela. A partir de ahí y con la presencia del video-tape record y otros artefactos de producción, transmisión y edición surgían las primeras empresas productoras independientes.

Otro hito importante: la segunda planta de televisión oficial aparece en 1974. El gobierno de ese entonces, del socialdemócrata Carlos Andrés Pérez, decide comprar la totalidad de las acciones de *Cadena Venezolana de Televisión* ya que esa empresa se había declarado en quiebra. Para 1976 el nuevo canal del Estado venezolano empieza a llamarse *Compañía*

Anónima Venezolana de Televisión e irrumpe con los accionistas siguientes: la República de Venezuela, la Corporación Venezolana de Fomento y la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela. El hecho de la presencia de un segundo canal oficial fue criticado por el sector académico del país ya que como expresara Oswaldo Capriles en ese momento: “(...) en lugar de ampliar su siempre feneciente *Televisora Nacional* (TVN-5) se fue obnubilando crecientemente con el paradigma comercial” (Ibidem:18).

Y el color se hace presente en nuestra televisión, aunque con bastante retardo en relación con otros países de la región. Estaba concluyendo la década de los '70 y en 1979 el gobierno del demócrata cristiano Luis Herrera Campins culminaba un proceso del que se venía hablando desde finales de los años sesenta. Asumimos el sistema norteamericano NTSC, pues los canales comerciales desde hace tiempo ya estaban preparados para ese sistema, de igual forma que habían penetrado ilegalmente al país videograbadoras caseras bajo esa fórmula. Se dijo y se dice que asumimos la peor modalidad técnica de televisión a color por no entrar en confrontación, una vez más, con el sector privado de la televisión venezolana. Se volvía a sucumbir ante las presiones del mercado y la liberalización, como racionalidad instrumental, del propio mercado. La presencia del color en la televisión del país produjo un gran impacto en la publicidad que hasta entonces se venía haciendo.

Este será también el momento de la *alternativa regional* en nuestra televisión. Televisión local y/o regional ya habíamos tenido, como intento incipiente y siempre fracasado, desde la irrupción de la televisión nacional. Pero ahora se iniciaba una nueva fase con “nuevos actores”: en 1976 y como experiencia tímida empezaban las primeras transmisiones de *Televisora Cultural Boconesa: TeleBoconó* (Estado Trujillo) que aún funciona, a pesar de sus limitaciones técnicas y económicas, bajo la Fundación Televisora Cultural Boconesa. Experiencia de televisión educativa, cultural y local. De esta forma se habría una compuerta que tuvo que esperar hasta el año de 1985, primero, y de ahí en adelante para que otras experiencias se hicieran presentes, y luego 1991 que fue el verdadero “boom” de las emisoras televisivas regionales.

El paisaje mediático del país cambiaba. No estamos seguros de si este cambio, que conformaba un nuevo sector productivo conocido como el de las industrias

culturales, nos hacía entrar en el camino del desarrollo como apuntan los teóricos funcionalistas que son de la opinión de que un país inicia su desarrollo, al menos un signo de él, cuando sus infraestructuras comunicacionales crecen y se expanden rápidamente y sostenidamente, multiplicándose así el número de unidades comunicacionales. Este nuevo paisaje tuvo y tiene a la televisión como el centro de todo el proceso que se había iniciado y que comenzaba a consolidarse.

NUEVOS ACTORES, NUEVOS EMISORES

El investigador italiano Giuseppe Richeri nos expresa, en relación a la presencia de “nuevos emisores” en el panorama mundial de las comunicaciones, que “el mando de las comunicaciones sociales se ha caracterizado por la presencia de algunos actores que han asumido un papel preponderante. Sus iniciativas han llevado a la formación de grupos con dimensiones económicas no muy comunes en la industria de los medios de comunicación. Estos actores han generado, sobre todo en la segunda mitad de la década del 80, una intensa actividad financiera caracterizada por las fusiones, adquisiciones, las *joint ventures*, los cruces de acciones etc. Que han convertido al sector de los medios de comunicación en uno de los más dinámicos” (Richeri, 1991:94). Esta idea se corresponde, casi calcada, con lo que empezaba a pasar en nuestro contexto. Comenzando la década del 80 se inician profundas mutaciones en la estructura comunicacional del país, en donde los dos grandes grupos dueños de la televisión comercial se empiezan a convertir en lo que hoy denominaríamos “grupos multimediáticos”, es decir el cruce del medio que les dio origen como grupo económico comunicacional y la presencia dinámica en otros sectores del sistema comunicacional nacional, y en algunos casos internacional. Pero también incursionaron nuevos actores, nuevos emisores, en la estructura de medios que se expandía por toda la geografía, por todo espacio que estuviera disponible.

¿Razones? El desarrollo, sin precedentes, de la tecnología comunicacional (industria de los materiales) y su convergencia con sectores como la informática, así como la especialización en el área de los contenidos. Niveles estos que empezaban a imbricarse y a ser interdependientes tanto en tecnología como en actores determinados, al punto de que en algunos casos es imposible separar las estrategias y los ob-

jetivos de esos dos niveles o categorías. Esa primera razón encontrará al sector audiovisual como el espacio más proclive al desarrollo e introducción-aplicación de nuevas innovaciones. De esa forma aparecieron la tecnología del cable, la irrupción de la parabólica, la expansión y posterior especialización de los servicios satelitales, el desarrollo de las transmisiones por las microondas, la digitalización y... La otra razón tiene que ver con el Estado y sus precarios mecanismos de regulación bajo la forma de políticas y la renuncia del propio Estado a hacerse presente, legislativamente hablando, en un sector que se proyectaba como el más estratégico (poder simbólico) y el de mayor propagación y penetración en la vida de la gente.

Desde ese marco es que podemos entender cómo los dos canales comerciales y los respectivos grupos a los que pertenecían y pertenecen (Organización Diego Cisneros y Empresas 1BC) entran en el proceso de difusión y crecimiento hacia lo multimediático. Así, *Radio Caracas Televisión* no sólo cuenta ya con su primogénita *Radio Caracas Radio* (RCR) que empieza a vivir una tercera etapa de existencia al convertirse en ese momento en la "primera red nacional de noticias" y primera en operar vía satélite, sino que se decide a incursionar en variedad de negocios comunicacionales: el desaparecido periódico *El Diario de Caracas*; una empresa especializada en la producción y distribución de grabaciones sonoras conocida como *Sonográfica*; una compañía dedicada a la representación legal de obras musicales, *Sonoeditora*; *Coral Pictures* como empresa comercializadora internacional de programas de televisión; *Gems Televisión* que transmite, desde el Estado de Florida en EE.UU, vía satélite programas de entretenimiento orientado al género hispano; y contar además con dos centros de producción televisiva. Por su parte, la Organización Diego Cisneros (ODC), a la que pertenece *Venevisión: Canal 4*, no se queda atrás e inicia su incursión en el terreno de otras industrias culturales: empieza por el medio radio con el *Circuito Radio Visión*; entra en el sector discográfico como *Rodven*, *Sonorodven* y *Love Records*, además inicia su penetración en el negocio de la informática con *NCR-Summa Systems*, *On-Line Computers*, *Summa*, *Digimática* y *Plus Sistemas*; y *Venevisión Internacional* como productora y comercializadora internacional de programas. Ambos grupos poseen fuertes y grandes intereses, especialmente la ODC, en el sector de bienes de consumo masivo.

66

Comenzando la década del 80 se inician profundas mutaciones en la estructura comunicacional del país, en donde los dos grandes grupos dueños de la televisión comercial se empiezan a convertir en lo que hoy denominaríamos "grupos multimediáticos", es decir el cruce del medio que les dio origen como grupo económico comunicacional y la presencia dinámica en otros sectores del sistema comunicacional nacional, y en algunos casos internacional.

99

El panorama de estos grupos ha sido redimensionado, no sólo en tamaño y beneficios mercantiles, sino que ellos se han ido concentrando en las ramas más rentables de las industrias culturales nacionales e internacionales y que tienen que ver con el sector de las telecomunicaciones y la informática. Esto ha hecho que algunas de esas empresas desaparezcan o hayan sido traspasadas a otras manos

Referencia especial merece la Organización Diego Cisneros que ha extendido su grupo hacia Norteamérica y Suramérica, aunque antes tuvo intereses en España e Inglaterra, en lo que respecta a contenidos para sectores como el informático, el de las telecomunicaciones y el de la educación formal apoyada por tecnologías audiovisuales. Este grupo, según la revista *Forbes*, se ubica en el lugar 38 de las corporaciones más importantes con ingresos anuales de 3,6 millones de dólares.

La descentralización televisiva

Mientras esos dos grupos, con sus respectivos canales de televisión, se refuerzan y expanden su hegemonía en el ámbito visual y cultural del país, empiezan a aparecer experiencias descentralizadas de tele-

visión, es decir la llamada televisión regional. Entre finales de los años 80 (1988) y finales de los 90 (1997) es cuando se da el mayor crecimiento de este tipo de televisión que le ofrece al panorama televisivo nacional una fisonomía de "caras nuevas". Uno de los ejes que impulsa fuertemente este crecimiento tiene que ver con el proceso de descentralización político-administrativo que se iniciaba en el país a finales de la década de los 80, aunque la descentralización de este medio se haya iniciado, quizás de forma incipientemente, mucho antes. Después de la pionera *Tele-Boconó* (Estado Trujillo), vendrán muchas más desde 1982 en adelante. Así tenemos la *Televisora Andina de Mérida* (1982), *Amavisión* (1984, Estado Amazonas), *Niños Cantores del Zulia* (1987, Estado Zulia), *Telecaribe* (1989, Nueva Esparta, Sucre y Anzoátegui), *Televisora Regional del Táchira* (1989, Andes venezolanos y una parte de Colombia), *Telecentro* (1990, cobertura en los Estados Lara, Yaracuy y Portuguesa), *ZUTV* (1990, en el Estado Zulia), *Telesol* (1991, Cumaná), *NCTV* (1992, cubre los Estados Carabobo, Aragua y Cojedes), *TVS* (1994, cubre los Estados Carabobo, Aragua y Cojedes), *TV Guayana* (1993, toda la región sur del país), *Telecolor* (1993, solamente la ciudad de Maracaibo), y en 1999 nace *Canal 44 Teve*, emisora regional del Estado Vargas.

Como dijimos antes, se trata de *nuevos emisores* (la propiedad del medio televisivo regional va desde grupos económicos regionales, la Iglesia Católica, hasta fundaciones culturales) y contenidos más centrados en los gustos e intereses de las audiencias locales y regionales.

Crece la competencia televisiva

En el plano de la televisión "tradicional" o generalista como se le llama hace entrada a la competencia televisiva nacional *Telegen*, *Canal 10* (1988) que pasará a ser, junto con *Radio Caracas Televisión*, *Venevisión* y *VTV*, *Canal 8* (estación estatal), uno de los cuatro canales de alcance nacional. En el servicio de la instalación de televisión por cable y suscripción la primera experiencia es *Omnivisión* (1988), seguida luego por *Cablevisión* (1991), *Supercable* (1995), *Cabletel* (1996), *DIRECTV* (es el más desarrollado tecnológicamente y ofrece más de 90 canales bajo el sistema de televisión digital) e *Intercable* que irrumpen al cierre del siglo XX. Vendrán luego las plantas televisivas en señal UHF en donde el primero de ellos es *Canal Metropolitano de Televisión -CMT-* (1993), *Puma TV*, *Canal 57*

(1996), *Globovisión, Canal 33* (especializada en programación informativa exclusivamente, 1995) y *Meridiano TV* (canal de programación deportiva, 1997). A partir del año 2000 aparecen nuevas experiencias: *TV Familia* (agosto de 2000), *Catía TV* dentro de la banda UHF que irrumpe como experiencia comunitaria y alternativa (marzo de 2000) y en agosto de 2002 aparece en la banda VHF la última experiencia de la que tenemos referencia: *La Tele* que se puede sintonizar solamente en el Distrito Federal.

El panorama que ofrece Venezuela para los comienzos de los noventa, en relación con el medio de la televisión y la confluencia en él de otros servicios es como sigue: población: 19,5 millones; hogares: 3,6 millones; hogares con televisión: 3,2 millones (90%); hogares con televisión a color: 2,2 millones (70%); hogares con más de un TV set: 800.000 (25%); hogares con control remoto en televisión: 500.000 (16%); hogares con videgrabadora: 450.000 (14%); hogares con televisión por cable: 60.000 (2%) y hogares con acceso a satélite: 30.000 (1%) (Datos, C.A., 1990). Desde ese mapa, de evidentes signos culturales audiovisuales es que se ha producido un *descentramiento* de lo que tradicionalmente entendíamos por cultura.

LA CENICIENTA TELEVISIÓN ESTATAL

El Estado venezolano desde un principio *renunció* a contar con una estación televisiva que lograra la integración social necesaria a un "proyecto de país" en términos no sólo políticos, sino fundamentalmente culturales. Eso fue así desde el nacimiento de *Televisora Nacional: Canal 5* en 1952 y continuó siendo así cuando de *Cadena Venezolana de Televisión (CVTV)* como canal comercial llegábamos, a partir de 1974, a *Canal 8 (VTV, Venezolana de Televisión)* como segundo canal estatal. Y siguió el proceso de empobrecimiento, no sólo en el número sino en repertorio programático y calidad, cuando en diciembre de 1998 la red de televisión estatal quedaba reducida a una sola estación televisiva: *Venezolana de Televisión: Canal 8*.

La televisión pública en América Latina, y Venezuela no ha sido la excepción, ha sufrido el mismo proceso de *reducción* ante la presencia masiva y hegemónica de la televisión comercial. Como nos lo expresa Carlos Monsiváis, refiriéndose al caso mexicano: es que el Estado ha renunciado a la *esencia* con tal de salvar la *contingencia*. Y particularmente nos expresa:

66

La televisión pública en América Latina, y Venezuela no ha sido la excepción, ha sufrido el mismo proceso de reducción ante la presencia masiva y hegemónica de la televisión comercial. Como nos lo expresa Carlos Monsiváis, refiriéndose al caso mexicano: es que el Estado ha renunciado a la esencia con tal de salvar la contingencia.

99

"En 1952, en las postrimerías del gobierno de Miguel Alemán, cuando se inicia la televisión en México, los círculos oficiales la calificará de 'pasatiempo' que, reiteradamente, no puede tomarse en serio. Que otros transmitan las Mañanitas desde la Basílica de Guadalupe la madrugada del 12 de diciembre y capturen la atención con teleteatros y programas de concurso; a los gobernantes les basta con el manejo del país y el monopolio del lenguaje público" (2000:211).

La idea de contar con un "servicio público de televisión" que forme parte del Estado sólo se aprecia en los estatutos de los dos canales oficiales existentes hasta ese entonces. Sin embargo, y aún estando presente ese "deber ser" más como principio teórico que como principio de acción concreta y real, el modelo de servicio público estatal en televisión ha sido una renuncia constante de gobierno a gobierno. Los hechos puntuales del manejo del sistema estatal de televisión así lo evidencian: -Los distintos gobiernos que se han dado dentro del régimen democrático han declinado a la imperiosa necesidad de reforma técnica, industrialización y expansión de las señales de televisión estatal; -Ese aspecto ha

traído consigo la pérdida de cobertura a nivel nacional y el decreciente interés de la ciudadanía por esas señales; -Deterioro de los equipos (infraestructura tecnológica de producción, transmisión, circulación,...) y caducidad de mucha de su tecnología; -Crecimiento desmesurado de la plantilla de empleados más por "clientelismo político" que por racionalidad de expansión y difusión comunicativa; -Presencia del patrón privado comercial -a partir de 1978- con la reproducción del modelo comercial (desde ahí el *Canal 5* quedaba como estación cultural-educativa de alcance limitado y el *Canal 8* como un canal comercial más, pero de propiedad estatal); -La reducción presupuestaria del Ejecutivo Nacional ha ido decayendo proporcionalmente año tras año (este hecho ha incidido en la dependencia casi exclusiva del *Canal 8* del aporte publicitario); -El manejo de la televisión estatal, con criterios cortoplacistas, en el sentido de hacerse demasiado visible la presencia de una televisora político-partidista-propagandística que de acción de un Estado moderno.

El rapto de la televisión pública

A partir del 4 de diciembre de 1998 la señal pública de televisión quedaba reducida apenas a la *Red Canal 8*. El hecho se debió a la medida del presidente Rafael Caldera de *ceder* la concesión del *Canal 5* a una fundación liderada por la Iglesia y en la persona del entonces Arzobispo de Caracas y la Arquidiócesis de Caracas. Así nace, como proyecto de televisión educativa, *Vale TV* que arranca sus operaciones con apenas cuatro horas de programación y que hoy transmite 16 horas continuas de contenidos sin cortes comerciales. Esta experiencia, más allá de los detalles jurídicos que tiene su salida al aire usando las frecuencias de *Red Canal 5*; se hizo posible con el aporte de 3 millones de bolívares provenientes de la asociación de los tres canales comerciales de mayor alcance y difusión en el país: *Radio Caracas Televisión, Canal 2, Venevisión, Canal 4 y Televen*; quienes además de mantener operativo el proyecto, de hacer las inversiones necesarias para su extensión y crecimiento, constituyen la representación legal de *Vale TV* a través de la asociación sin fines de lucro ASOTV.

La experiencia de *Vale TV*, contra todos los pronósticos, se ha convertido en un interesante canal educativo todavía no del todo evaluado y que acapara una audiencia centralizada especialmente en los sectores populares y medios, así como públi-

cos infantiles y juveniles de esos mismos segmentos de población. Hoy por hoy su programación se nutre de lo que le aportan los tres canales comerciales agrupados en ASOTV; embajadas; productoras como la BBC, Discovery, National Geographic entre otras; y diversidad de instituciones privadas, públicas y / o educativas con los que han firmado alianzas y convenios. Su directiva apunta hacia la producción -20% se su programación- propia de contenidos locales, regionales y en áreas como historia, ciencia y tecnología, geografía y artes en general.

Más allá del desenvolvimiento exitoso -que en Venezuela casi nadie duda- de esta experiencia a lo largo de sus tres años de haber salido al aire, es importante destacar el aspecto de haber *traspasado* un servicio público como *Red Canal 5* a una fundación como fue constituida por el Arzobispado de Caracas y los tres principales canales comerciales de televisión. Se ha hablado de arbitrariedad del anterior gobierno de Rafael Caldera y la asociación civil denominada Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público en 1991 introdujo una denuncia ante el Tribunal Superior de Salvaguarda del Patrimonio Público para la devolución de la señal al Estado. Ese procedimiento no prosperó y ahora, con el nuevo gobierno del Presidente Hugo Chávez Frías, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) inició en mayo de 2001 un procedimiento administrativo con el fin de determinar si se dieron vicios en el otorgamiento de la concesión del *Canal 5*.

¿Qué pasará con esta experiencia que en el país se la conoce o se la califica como el “Discovery Channel de los pobres” o el “DirecTV de las clases populares”? Todo va a depender de cómo se desarrolle la actual situación política que vive el país. De todas formas, creemos que no sucederá nada por presiones de amplios sectores sociales que ya se han manifestado y que *Vale TV* continuará sus transmisiones con la única salvedad, como ya dijera el director general de Conatel, que “si el Estado considera que el trabajo que viene haciéndose con *Vale TV* debe seguirse, entonces le solicitará a *Vale TV*, que mediante acto legal y cumpliendo todos los requisitos, someta todo el proyecto para que sea en este caso habilitado”.

REORDENAMIENTO JURÍDICO DE LA TELEVISION VENEZOLANA

El tema de lo jurídico en relación a los medios ha sido siempre polémico, al me-

nos visto desde América Latina. Igual de polémica ha sido la discusión acerca del Estado y la comunicación social. Ambas temáticas han surgido o han hecho aparición con relación a la “invasión cultural” que enseguida siguiere al escenario de la televisión, o en relación más total con los medios radioeléctricos. Una queja que se hizo eco en años atrás, especialmente en las décadas de los sesenta, setenta y ochenta, hizo resurgir la tesis de que “Nuestra vida y los mecanismos que la rigen corresponden a modelos que se nos transmiten desde fuera y nos hacen, de distinta manera y con la utilización de diversos instrumentos, aceptarlos y considerarlos como únicos e inevitables. Estos modelos, abarcadores de la sociedad, son promovidos por los diferentes mecanismos que maneja un sistema transnacional de poder, especialmente a través de los sistemas de comunicaciones, con el objetivo principal de satisfacer intereses económicos” (Santa Cruz y Erazo, 1981: 21). Así, aceptando que esa tesis no sea discutible, las ondas de los jurídico siempre hicieron sus aparición para que desde el Estado se contrarrestara o sirviera de freno, formas ambas que asume “la regulación mediática”, a medios tan dominantes y tan omnipresentes como la televisión.

La normativa jurídica para los medios radioeléctricos, así como todo lo referente a la comunicación satelital, provenía en nuestro país de los años cuarenta y finales de los años treinta y más concretamente de 1936 y 1940. Para esas fechas se promulga, en pleno gobierno del General Eleazar López Contreras, la Ley de Telecomunicaciones y el Reglamento de Radiocomunicaciones. En esos instrumentos se regulaba todo lo relativo “(...) al establecimiento y explotación de todo sistema de comunicación telegráfica por medio de escritos, signos, señales, imágenes y sonidos de toda naturaleza, por hilos o sin ellos u otros sistemas y procedimientos de transmisión de señales eléctricas o visuales, inventadas o por inventarse”.

A medida que una nueva tecnología comunicacional iba surgiendo se nos presentaba el sueño de la necesidad de derogar la vieja Ley e iniciar la discusión y la reflexión para dar vida a un nuevo y renovado instrumento legal. Pero nunca éramos capaces: 11 proyectos de ley se redactaron, pero dos solamente tuvieron la suerte de pasar una primera discusión en el parlamento y, hasta 1996 ya se habían formulado 12 decretos regulando vacíos legales que dejaba la Ley de Telecomunicaciones ante la incorporación de un nuevo instrumento

tecnológico. Para no hacer referencia a la variedad de decretos y resoluciones que tenían que ver con aspectos sociales, culturales, de contenido, educativos y de operación. Un especialista de la materia, el abogado Fuenmayor Espina, señalaba que “Como podemos apreciar, en lugar de una Ley de Radio y Televisión que regule en forma autónoma y coherente esta actividad, lo que existe en nuestro país, es una disgregación de leyes, reglamentos y resoluciones que regulan de una manera fragmentada los diferentes aspectos que engloba el servicio de radio y televisión en Venezuela (...) Así pues los preceptos legales que en definitiva reflejan el espíritu, propósito y razón del legislador no están consagrados en un solo cuerpo legal, sino que los mismos se encuentran repartidos en una serie de leyes que no se relacionan entre sí” (Bisbal, 1998: 756). Pero después de 60 años todo ese panorama cambió de alguna manera. El 31 de mayo del 2000 se aprueba, bajo la concertación de todos los sectores involucrados en el uso y explotación de los servicios de telecomunicaciones, la actual Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

A pesar de que la nueva Ley significa un avance en la relación Estado y comunicación, aún falta por redactar y poner en práctica los respectivos reglamentos. Esta nueva Ley deja bien establecido, al igual que la de 1936 y 1940, que “El espectro radioeléctrico es un bien de dominio público de la República Bolivariana de Venezuela, para cuyo uso y explotación deberá contarse con la respectiva concesión, de conformidad con la Ley”. En ese sentido no hay cambios. Sin embargo, estamos en presencia de un instrumento amoldado a los signos de los tiempos en donde la “liberalización” del sector es la llave de las distintas reglas que establece la nueva Ley (Bisbal, 2000: 70-71).

Estado y televisión: relaciones siempre polémicas

La relación del Estado (léase bien), que no del gobierno, con el sector de los medios de comunicación y especialmente con la televisión no puede entenderse como una permanente confrontación. De ello tenemos historia en Venezuela desde los años sesenta. Los medios de comunicación social forman parte de la sociedad, es más, en estos momentos la sociedad presente no se entiende sin esos medios de comunicación y la interacción que se crea entre ambos. El asunto del Estado y la televisión, no sólo tiene que ver con la asignación de frecuencias, la renovación y

consideración de las concesiones, la potenciación y aplicación de nuevas tecnologías, y la definición de controles o límites a los contenidos. Esa relación debe ser entendida con el concepto de *política cultural y comunicacional* de la que un Estado "moderno" no puede renunciar ni eximirse de tenerla.

No hay duda que el sector privado de los medios, y muy especialmente el de la televisión, propugna la política del "dejar hacer", y la de "la neutralidad-arbitro del Estado", en el producto comunicativo. Igual deseo está presente en los aspectos más técnicos de la repartición de frecuencias, asignación de redes o de concesiones de tecnologías nuevas, pero no se levantan tan airados como cuando se plantea el tema de los contenidos simbólicos y su función como agentes socializadores y de servicios sensibles para la gestión social. Allí la confrontación se asume desde la concepción liberal del mercado.

"El mecanismo de los precios tiene dificultades para convertirse en el teórico mecanismo racional por excelencia en el ámbito comunicativo. Y ello por distintas razones, propias de la especificidad de unas mercancías inmateriales: la subjetividad de las demandas culturales; el conocimiento ex post del valor de las producciones culturales; la inexistencia de una perfecta sustituibilidad entre productos prototípicos; es una economía de la distribución más que de la producción; el peso de la variable calidad no equiparable a la demanda; la distancia entre óptimos individuales y óptimos sociales; el peso de la variable renta (los recursos) y sus formas; la interferencia de un mercado como el publicitario; la inexistencia de una libre movilidad de capitales; la existencia de Grupos de comunicación potentes capaces de imponer sus productos y precios (...)" (Zallo, 1995: 31).

Las ideas anteriores, como premisas de que "el dejar hacer" no puede considerarse como una política emanada desde el Estado, tuvo sus repercusiones en nuestro país en algunos momentos sobre la consideración de la televisión y su necesaria reforma en aras del "desarrollo sobre lo autónomo y lo nacional". Al respecto, una primera iniciativa, como habíamos apuntado páginas atrás, consistió en la llamada "venezolanización" de capitales en los medios locales. La televisión y las agencias de publicidad "sufrieron" con esta decisión emanada en forma de decreto desde el gobierno. Después, durante el gobierno del socialdemócrata partido Acción Democrática con Carlos Andrés Pérez

(1974-1979) en el poder ejecutivo, se intenta "un camino de renovación de la televisión venezolana" con la aparición de un informe titulado *Diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado Venezolano*, mejor conocido en toda la región como el *Proyecto Ratelve*. Este intento de política comunicacional, dirigido muy particularmente hacia el medio televisión, hace su aparición en 1974 cuando se creaba la Ley del Consejo Nacional de la Cultura (CONAC) como órgano rector, hasta los actuales momentos, de la política cultural del Estado venezolano. *Ratelve* planteaba como objetivo fundamental la necesidad de que el Estado debe formular la política nacional de radiodifusión, impartir las directrices correspondientes y ejercer el Control del Sistema Nacional de Radiodifusión (formado este por *Ratelve* y el sector privado). Igualmente, programaba como ideal el llegar a un sistema de propiedad "mixto auténtico", además que la Comisión *Ratelve* ejercería un control sobre la publicidad -tanto en frecuencia como en contenidos, formas y efectos-, así como la aplicación eventual de las sanciones correspondientes a los infractores.

La aprobación, aplicación y evaluación del *Proyecto Ratelve* quedó tan sólo en expectativas y en esfuerzos teóricos. Las críticas del sector privado de medios hicieron abortar el proyecto. Habría que esperar otros momentos y estos llegaban en el gobierno demócratacristiano de Luis Herrera Campins (1980-1985), quien tuvo a lo largo de todo su período declaraciones verdaderamente críticas hacia la televisión y que se concretaron muchas de ellas en la formulación del *Plan Sectorial de Comunicación Social*. También este esfuerzo quedó en el papel...

Las consecuencias de esos fracasos se hicieron evidentes en el espejo de la *desregulación* que irrumpía hacia la década de los años ochenta. La *desreglamentación* en el área de las comunicaciones y en otros sectores, fue producto de los aires y lineamientos económicos que soplaban y que empezaban a regir los destinos del planeta. En un principio se dijo que la desreglamentación aparecía en escena con el objetivo de aumentar las capacidades de inversión y mejorar la productividad. Lo que ha pasado realmente es la monopolización de la producción, de la distribución de la información y de los más variados contenidos programáticos.

Así están planteadas las cosas. Hoy, a raíz de la presencia de una nueva Ley de Telecomunicaciones, vuelve a irrumpir el asunto-problema de los contenidos audio-

visuales con el objetivo fundamental, como el mismo gobierno ha planteado, de "el respeto a los derechos, al honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confiabilidad y reputación de los demás; la protección de la seguridad nacional, el orden público a la salud o la moral públicas; y la protección integral de la infancia y la adolescencia". Se plantea entonces, desde los artículos 208 y 209 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la necesidad de reglamentar los contenidos vehiculados a través de los servicios de divulgación audiovisual y sonora.

LOS CONTENIDOS Y USOS TELEVISIVOS

El tema de los contenidos televisivos siempre ha resultado ser muy polémico. En la discusión sobre él salen a flote las diversas concepciones, más ideológicas que de otra índole, que sobre el medio se tengan en perspectiva cultural. Sin embargo, el aspecto acerca de los *usos* del medio no ha sido muy abordado, solamente en los últimos años apenas ha merecido algunas consideraciones de carácter empírico. Pero vayamos por partes.

La programación de la televisión venezolana en la década de los años ochenta no varía demasiado de los patrones de toda la región. Un estudio de la programación televisiva de 19 países latinoamericanos -*Televisión en América Latina*- de 1984 nos ofrecía los datos de que el 75% de los contenidos estaban dedicados al entretenimiento, distribuido entre telenovelas (17%), largometrajes (16%), seriales (10%) y deportivos (10%). De ellos un 54% provenía del extranjero y las telenovelas constituían el mensaje primordial a lo largo de toda la década del ochenta. Los programas informativos representaban un 16%, repartiéndose entre noticieros (79%) y programas de opinión (21%). Dichos programas eran producidos en un 67% por las propias televisoras; un 31% procedían del propio país, y apenas un 2% llegaba del extranjero. Por su parte, los contenidos educativo-cultural estaban apenas bordeando el 5%, de los cuales un 31% se originaban en el extranjero. Los programas religiosos llegaban solamente a un 1% (Bisbal y Otros, 1998: 86 y ss).

Una investigación, de comienzos de los noventa, acerca de un día de programación en el conjunto de las televisoras existentes en ese momento en el país -contábamos con 13 plantas televisivas, de las cuales 6 plantas eran de cobertura nacional y ubicadas en la región central de Ve-

nezuela y el resto eran televisoras regionales; 2 plantas oficiales; cada planta tuvo en promedio un tiempo de transmisión de trece horas y media y; para ese entonces el número de hogares con televisión era de 3.492,1 millones, es decir un 84% de posesión- nos indicaba que nuestras estaciones de televisión en el aire colocaban un total de 173 horas, 4 minutos y 22 segundos de programación (Alvaray, Arenas y Tkachenko, 1992: 81 y ss.).

Si comparamos los resultados del conjunto de investigaciones que se llevaron a cabo durante la década de los 90 (especialmente en 1991, 1996 y 1997) en relación al contenido de nuestra televisión centralista y generalista, podemos encontrar estos elementos:

1. La oferta de transmisión televisiva que tenía un espectador venezolano en 1967 era de 44 horas y apenas contaba con cuatro plantas. En ese momento, la posesión de hogares con televisión era del 30%. Para 1986, ese mismo espectador podía contar con 86 horas de emisión a través de las siete estaciones de televisión existentes. La posesión de hogares con televisión era del 89%. Para comienzos de la década de los noventa el *espectador ideal* tenía a su disposición un promedio de 175 horas repartidas entre 13 televisoras, es decir que el 58% de transmisión correspondía a las seis plantas nacionales y el 42 % a las siete regionales.
2. La programación televisiva no ha variado demasiado de aquella encontrada en 1991, 1996 y 1997 que consistía fundamentalmente en los géneros de Información y Opinión, Dramáticos e Infantiles. Es decir, que la oferta televisiva se ha mantenido casi invariable.
3. Las estaciones televisivas abiertas ofertan prácticamente los mismos productos al usuario y bajo el mismo esquema y horario de programación: en la mañana, muy temprano, programas de Información y Opinión; más tarde Dibujos Animados; al mediodía más Información y Opinión; desde la una hasta las cuatro de la tarde Telenovelas; más Dibujos Animados y Teleseries casi todas de origen estadounidense; Telenovelas y luego de nuevo Información y Opinión.

¿Y qué decir de la televisión por cable o suscripción? En el país contamos, para el año 2000, con 1.360.000 usuarios de este servicio, el cual se reparte entre seis empresas siendo *DirecTv* (78 canales) e *Intercable* (72 canales) los más significa-

“

La desreglamentación en el área de las comunicaciones y en otros sectores, fue producto de los aires y lineamientos económicos que soplaban y que empezaban a regir los destinos del planeta. En un principio se dijo que la desreglamentación aparecía en escena con el objetivo de aumentar las capacidades de inversión y mejorar la productividad.

”

Cuadro 1

RANGO	CANAL	PROMEDIO RATING
1	Cartoon Network	0.61%
2	Discovery Channel	0.37%
3	Fox Kids	0.25%
4	Nickelodeon	0.18%
5	TNT	0.17%
6	MTV	0.15%
7	AXN	0.14%
8	FOX	0.13%
9	Discovery Kids	0.12%
10	The Film Zone	0.12%
11	Sony Entertainment	0.12%
12	Warner Channel	0.11%
13	Animal Planet	0.11%
14	Casa Club	0.11%
15	Espn Esp	0.11%
16	Canal de las Estrellas	0.11%
17	HTV	0.10%
18	CNN Esp	0.10%
19	USA Network	0.10%
20	Hallmark	0.08%

Fuente: AGB de Venezuela, 2002

tivos en cuanto al servicio de contenidos que ofrecen. El encendido de este tipo de servicio televisivo es del 41% en relación al 59% de la televisión abierta. La programación de televisión por cable, según una muestra de 29 canales, multiplica la oferta especializada, aunque en sus tres cuartas partes es estadounidense. Apenas compiten algunos canales latinoamericanos (ECO, Canal Sur, Telemundo, Circuito Caracol) y europeos (TV española, RAI italiana, Deutsche Welle alemana). En el año 2001 los 20 canales de cable más vistos fueron los que se reseñan en el cuadro N° 1.

En la programación de televisión por cable o suscripción, sobre todo, predominan las Películas, las Series, los Deportes, los programas de Dibujos Animados para niños y los programas especiales de carácter Documental.

El consumo cultural de la televisión

La televisión, como nos dice Carlos Monsiváis, requiere de la complicidad activa del consumidor, de las audiencias embelesadas ante la imágenes, de las nuevas generaciones que quieren *pertenecer* al escenario televisivo y de todos nosotros que día a día nos sometemos al rito del “entretenimiento para todos”. La cuestión es cómo leer los datos fríos del consumo cultural televisivo del venezolano de hoy:

1. En una investigación nuestra sobre el consumo cultural del venezolano se constata la atracción que ejercen los dispositivos mediáticos frente a las manifestaciones de la “alta cultura” y en especial la televisión. En síntesis, esos datos apuntan “que *asistir a espectáculos de cultura clásica* (ballet, danza contemporánea, música académica, cine de arte y ensayo, etc.) está en un 3 por ciento promediando entre quienes señalan ir semanalmente o mensualmente. Porcentaje que al distribuirlo da 0,3 por ciento para cada área, cifra que es relativamente escandalosa, pero reveladora de la tendencia. Asimismo, de las tendencias ‘elitescas’, la que más demanda presenta dentro del estudio es la desarrollada por *visitas a bibliotecas y librerías* (6,2 por ciento), seguida de *visitas a museos y galerías* (4,5 por ciento) e *ir al teatro* (2,5 por ciento). Cifras estas que resultan casi insignificantes, frente al 92 por ciento que manifiestan estar *frente al televisor* todos los días, 71 por ciento *escuchando radio*, 62 por ciento *oyendo música popular en CD o cassette*, 49 por ciento *le-*

yendo periódicos y/o revistas o estar ante un computador 15 por ciento, todos los días o casi todos los días, durante todo el año "(Bisbal, 2001:43). Preguntas: ¿Qué tipo de interrogantes nos suscitan esos datos? ¿Qué tensiones ellos generan en nuestras concepciones culturales? ¿Qué *descolocación* producen en nuestras concepciones acerca de la cultura? ¿Es posible hallar alguna explicación académico-ilustrada fuera del mapa de prejuicios con los que solemos trazar las formulaciones de la existencia dentro del entramado cultural en el que hemos sido formados?

2. Vemos entonces que la televisión es líder en relación a la exposición a distintos medios y a otras actividades culturales. Nuestras investigaciones (Bisbal Cosar, 2001) nos dicen:

- En promedio las personas, de los siete días de la semana, ven 6,23 días de televisión, es decir, el 89%;
- Si comparamos la televisión con los demás medios, se puede ver que la radio es escuchada por el 60%, lo que equivale a 5,48% días en promedio. La prensa por su parte es leída 4,93 días y las revistas en un promedio de 2,23 días;
- Si tomamos en consideración el número de horas que se exponen las personas a los medios, se puede decir que en promedio ven por lo menos un programa de televisión 3,21 horas al día, la radio 1,79 horas, la prensa 0,77 horas y las revistas 0,27 horas por día;
- Dentro de las razones para ver televisión el entretenimiento (61%) es la más importante;
- La televisión es considerada como un medio importante para informarse (38%), razón que podría ser atribuida a la presencia de los Noticieros y a los programas de Opinión que se transmiten a lo largo de la programación televisiva;
- En la evaluación realizada a los medios en relación a 18 atributos codificados, se observa que la televisión capitalizó todos los atributos positivos, es decir, es considerada como un medio atractivo (71%), interesante (69%), importante (65%), constante (60%), orientador (58%), especializado (56%), completo (56%), creíble (53%) y ordenado (49%);

“

Asimismo, de las tendencias 'elitescas', la que más demanda presenta dentro del estudio es la desarrollada por visitas a bibliotecas y librerías (6,2 por ciento), seguida de visitas a museos y galerías (4,5 por ciento) e ir al teatro (2,5 por ciento). Cifras estas que resultan casi insignificantes, frente al 92 por ciento que manifiestan estar frente al televisor todos los días y 71 por ciento escuchando radio.

”

- Es importante señalar que la frecuencia de sintonización de programas tiene una relación directa con la frecuencia con que dicho programa es transmitido por el canal de televisión. Se puede observar, y empieza a ser una constante en varios estudios, que las Telenovelas (50%) y los Noticieros (68%) son vistos todos los días por más del 50% de los entrevistados. En lo que se refiere a programas de Humor o Cómicos estos son sintonizados en su mayoría de 1 a 3 veces a la semana (42%), las Películas son vistas más que todo los fines de semana (27%) y los Espectáculos Musicales (25%), Deportes (32%), Teleseries (26%), programas de Opinión (33%), Videos Clips (43%), Concursos (41%) y Culturales (45%) son vistos ocasionalmente;
- En relación al ranking de estos programas, los resultados muestran que los Noticieros y las Telenovelas son los programas más vistos porque lo ven 5,82 días en promedio por semana, mientras que los demás programas oscilan entre 2,35 a 3,39 días por semana.

Los usos de la televisión por parte de las audiencias

Apuntados esos datos gruesos acerca de la exposición del venezolano a la televisión, del cual podemos deducir el *uso* que se hace del medio, sería interesante valorar el papel de este medio audiovisual en la elaboración de la vida cotidiana del venezolano, entendida como interfaz de construcción de las certezas de los sujetos acerca de los eventos que les rodean: la realidad. De este modo, desde un estudio nuestro llevado a cabo en el año 2000 y utilizando la técnica de la entrevista-relato como método cualitativo entre 48 sujetos de todos los sectores sociales, encontramos los siguientes elementos que nos hablan de algunas formas regulares de exposición al medio:

Modelo 1:

Se consumen con fruición ciertos programas que se sienten como propios y que se oponen a otra parte de la programación, la cual es rechazada. De acuerdo a los géneros, hallamos con destacable frecuencia consumidores de Telenovelas, Noticieros, programación Deportiva y de programas Humorísticos. Aunque no pocos adeptos a las Películas y a los Video-Clips.

Modelo 2:

El consumo de televisión por la televisión en sí, es decir, por ocupar un tiempo ocioso. Y dentro de ésta, el consumo de programas manteniendo un distanciamiento en términos de atención e interés. En este renglón podríamos incluir aquel consumo basado en el rechazo: burlarse y ridiculizar los personajes, desarrollos narrativos y recursos retóricos de ciertos programas.

Modelo 3:

El ver televisión como modo de conocer la "actualidad". Aunque el consumo de Noticieros e Informativos también puede estar motivado en la consecución de un valor simbólico y estético, y de ahí su inclusión en el primer modelo, su principal uso se ubica en la obtención de datos sobre ciertas y determinadas circunstancias novedosas y en la posibilidad de contar con certezas sobre "lo que va a pasar".

Modelo 4:

Descriptivamente muy ligado al modelo de consumo frutivo, nos indica que la diferencia entre los espectadores trasciende el disfrute de los géneros estrictamente televisivos y más bien responde a sus disímiles inscripciones en imaginarios espe-

cíficos que funcionan como campos discursivos más o menos independientes. Contamos en la muestra analizada: el de lo deportivo, el de lo juvenil, el de lo femenino, el de lo alternativo o de la contracultura, el de la política.

No hay conclusiones tajantes, solamente indicar que el futuro de nuestra televisión estará marcado por la televisión digital, que es considerada como un gran avance tecnológico. La demanda estimada para este tipo de servicio será, según calcula Conatel, de 98% de los televisores existentes en Venezuela, pues todos tendremos acceso a esta modalidad. Pero cuando aparezca este futuro ya próximo nuestra modernidad audiovisual será completa. ¡Lástima que en otros aspectos de la vida no lo seamos...!

■ **Marcelino Bisbal**
Profesor Titular de la Universidad Central de Venezuela.
Miembro del Consejo de Redacción de Comunicación

Referencias

- AGB Venezuela (2002). "Principales datos de audiencia de televisión por cable", en la revista *Publicidad y Mercadeo*, N° 552, febrero 2002. Venezuela.
- Alvaray, Nathalie; Arenas, Zamawa y Tkachenko, Anacristina (1992). *La oferta de la televisión venezolana*. Ediciones de la Fundación Carlos Eduardo Frías. Colección Canícula. Venezuela.
- Bisbal, Marcelino (1994). *La mirada comunicacional*. Alfadil Ediciones. Colección Trópicos. Venezuela.
- Bisbal, Marcelino (1998). "Das Rundfunksystem Venezuelas", en *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen*. Hans-Bredow-Institut. Germany.
- Bisbal, Marcelino (1999). "Más allá de las industrias culturales o la fascinación por lo massmediático", en *Industria Cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*. Litterae Editores. Venezuela.
- Bisbal, Marcelino (2000). "Telecomunicaciones: otro territorio", en *El Mercado Venezolano 2000/2001*. Editado por JMC/Y&R. Venezuela.
- Bisbal, Marcelino (2001). "Televisión pública y Canal 8", en revista *Comunicación*, N° 114, Segundo Trimestre 2001. Venezuela.

Bisbal y Otros (1998). *El consumo cultural del venezolano*. Editado por el CONAC y la Fundación Centro Gumilla. Venezuela.

Bisbal, Marcelino y COSAR (2001). *El consumo y el poder de la televisión como medio de comunicación*. Material mimeografiado. Venezuela.

Brunner, José Joaquín (1992). *América Latina: cultura y modernidad*. Editorial Grijalbo y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.

Capriles, Oswaldo (1991). "El negocio de la ilusión. Radio-Televisión en la Venezuela de hoy". Cuadernos *Apuntes*, N° 23, mayo 1991. Escuela de Comunicación Social de la UCV. Venezuela.

Datos Information Resources (1998,1999,2000). *Índice Económico*. Editado por Datos Information Resources. Venezuela.

El Nacional (2002). "Venevisión refuerza alianza con Univisión". Cuerpo de Estrategias y Negocios. 7 de enero de 2002. Venezuela.

Hernández, Tulio (1990). "Televisión y televisores: viejos hábitos, nuevos escenarios", en *El Ojo del Huracán*, Año 2, N° 5-6, noviembre 1990-abril 1991. Venezuela.

Monsiváis, Carlos (2000). *Aires de familia. Cultura y Sociedad en América Latina*. Anagrama. Colección Argumentos. España.

Muraro, Heriberto (1987). *Invasión cultural, economía y comunicación*. Editorial Legasa. Colección Comunicación y Cultura. Argentina.

Pasquali, Antonio (1990). *La comunicación cercenada*. Monte Avila Editores. Venezuela.

Perdomo, Ligia y Ochoa, Elizabeth (2002). "VALE TV en primer plano del gobierno", en *VenEconomía Mensual*, enero de 2002. Venezuela.

Richeri, Giuseppe (1991). "Economía y estrategias: los grupos económicos europeos de comunicación", en la revista *Telos*, N° 28. Editada por Fundesco. España.

Santa Cruz, Adriana y Erazo, Viviana (1981). *Compro-politan*. Editorial Nueva Imagen. México.

Sapkowski, Miguel (1998). "Comunicación Social: Televisión", en *Gran Enciclopedia de Venezuela: 1498-1998. Volumen 7*. Editorial Globe. Venezuela.

Schiller, Herbert (1976). *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Editorial G.G. Colección Punto y Línea. España.

Serrano, Manuel Martín (1995). "Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual", en *Informes anuales de Fundesco. Comunicación Social 1995/Tendencias*. Editado por FUNDESCO. España.

Tal Cual (2002). "Grupo Cisneros en el equipo de poder global". Año 2, N° 487, 3 de abril de 2002. Venezuela.

Zallo, Ramón y Otros (1995). *Industrias y políticas culturales en España y País Vasco*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco. Bilbao.





Galería de Papel. Cuerpos sobre tiempos Nan. González.

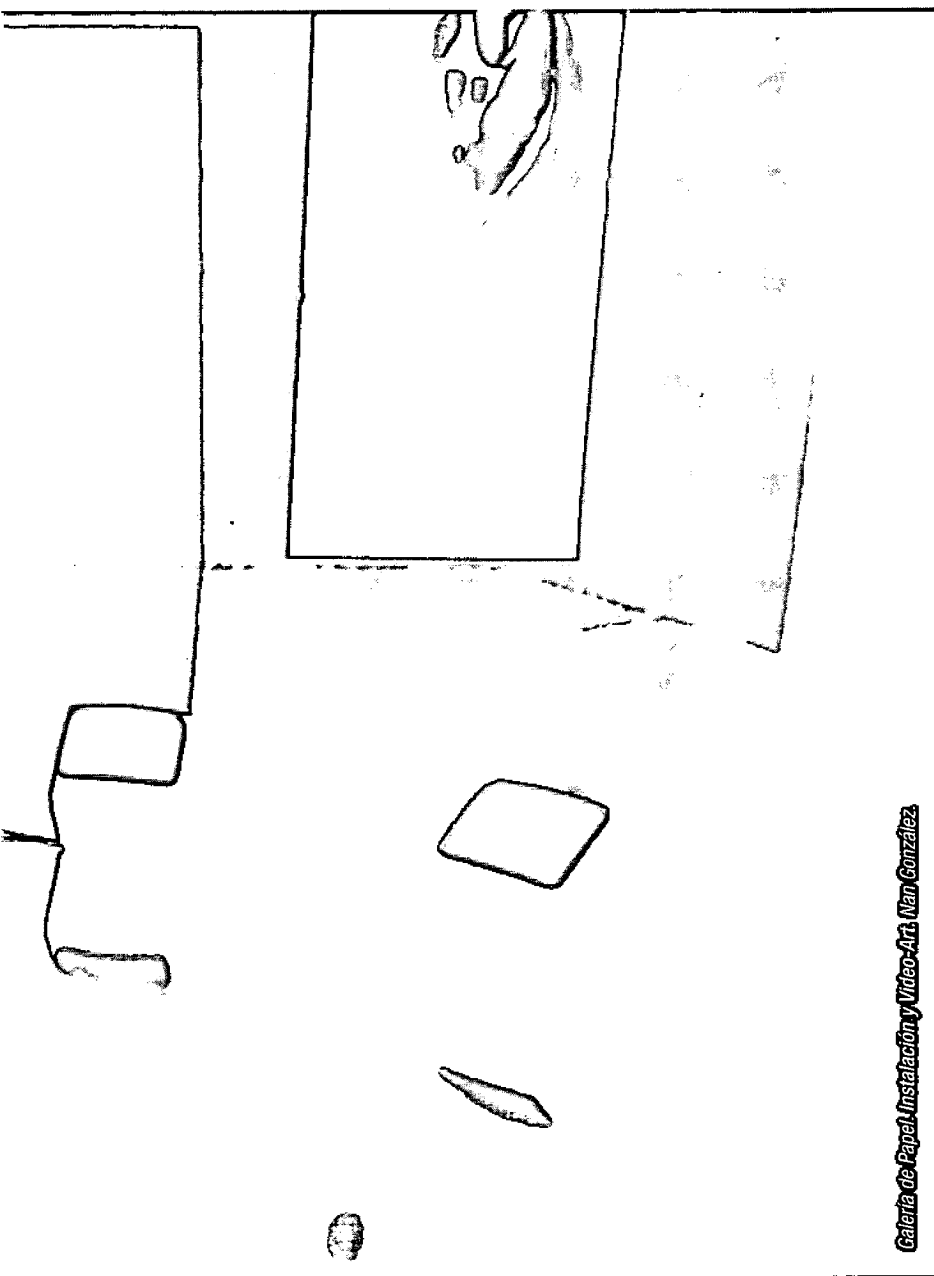
A para una agenda

Ante las pocas experiencias actuales de investigación sobre televisión en el ámbito académico venezolano, algunos miembros del Consejo de Redacción aprovecharon esta oportunidad para sugerir desde sus perspectivas, cuáles son las líneas que se pueden tomar en cuenta a la hora de realizar un estudio sobre este importante medio, que contenga aportes novedosos y significativos. Algunos de los temas que salen a relucir son los caminos en la convergencia de la televisión con las nuevas tecnologías como por ejemplo Internet, la educación para los medios, los usos sociales de la televisión en el contexto de un receptor activo, la profundización de los métodos cualitativos en la investigación, las redefinición de las políticas públicas de comunicación y la relación de la televisión en las actuales coyunturas sociopolíticas

□ Equipo Comunicación



Aportes de investigación



Galería de Papel. Instalación y Video-Art. Nan González

El panorama de la investigación de la comunicación televisiva tiene escasos esfuerzos integrales que permitan avizorar las tendencias actuales del proceso comunicativo, los horizontes políticos relacionados con una redefinición pública de la televisión y sus implicaciones con la dinámica socio cultural y la política comunicativa. El arqueo de los temas a investigar es importante, las preguntas son diversas, tantas como los elementos y sujetos involucrados en la interrelación comunicativa o las perspectivas y énfasis para su abordaje.

Los desafíos de la investigación venezolana, incluyen la escasa infraestructura de soporte en la que se cuenta la limitada información básica que permitan un punto de partida avanzado para el desarrollo de los trabajos y pesquisas. A ello se suma el progresivo desinterés, verificable en la academia venezolana, por conocer y escudriñar los aspectos relacionados a la televisión y sus diversas implicaciones en la sociedad. Los problemas, temas y desafíos sociales están en la realidad. En esta oportunidad, algunos integrantes del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*, asoman algunas reflexiones, preguntas y sugerencias que ofrecemos como apuntes para elaborar una agenda para la investigación de los temas y problemas relacionados con la televisión venezolana. Aporte que realizamos, desde la pluralidad de enfoques y énfasis de los distintos autores.

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

Estos son algunos de los tópicos que considero pertinentes investigar en materia de televisión:

1. Diagnóstico de la televisión en Venezuela

Aún no contamos con un panorama cierto de la situación de la televisión en el país en lo concerniente a la composición de la programación televisiva y así como de la estructura económica, técnica y legislativa de este medio. Sin embargo, tenemos que reconocer que en Venezuela, desde la década del 80 hasta nuestros días, se han realizado estudios que dan cuenta, aunque en forma parcial y esporádica, de los contenidos televisivos, del régimen de propiedad y de algunos aspectos económicos de las televisoras de cobertura nacional y regional. Actualmente el Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV, en el marco de sus líneas de investigación, está desarrollando un proyecto permanente denominado Observatorio de la Comunicación cuyo objetivo, precisamente, consiste en presentar el estado del arte de la televisión, de los medios masivos en general y de las telecomunicaciones en nuestro país.

2. Políticas Nacionales de Comunicación

Es necesario investigar, por ejemplo, sobre temas relacionados con la ética de la comunicación, la comunicación política-económica y las políticas de comunicación, aspectos que se han debatido en el país y a nivel internacional, con miras a planificar, profundizar y proponer alternativas democráticas en torno al rol del Estado y de las empresas privadas de televisión sobre conceptos puntuales como la regulación, la concentración, la diversificación, la programación, la organización de usuarios de televisión, y el derecho a la comunicación y a la información plural, sólo por citar algunos.

3. Educación para el uso reflexivo de la TV

Hay que insistir en la necesidad de formar a ciudadanos más advertidos y reflexivos sobre la influencia socializadora de la televisión y de los medios masivos en general. Hay que enseñar a pensar a través de la televisión, sin que se pierda el componente afectivo que es inherente a este medio. Es necesario formar ciudadanos capaces de desmontar o hacer consciente los valores y/o antivalores que se expresan en los géneros televisivos (publicidad, telenovelas, seriales, *talk show*, informativos, dibujos animados). Sobre todo resulta pertinente añadir que el análisis reflexivo-activo de la televisión no se ciñe a la estructura del mensaje, sino que se comple-

“

Hay que insistir en la necesidad de formar a ciudadanos más advertidos y reflexivos sobre la influencia socializadora de la televisión y de los medios masivos en general. Hay que enseñar a pensar a través de la televisión, sin que se pierda el componente afectivo que es inherente a este medio.

”

menta con el haz de significaciones producidas por las instituciones sociales como la familia, la escuela, las comunidades religiosas, las asociaciones de padres, las asociaciones de televidentes y los amigos que forman parte de nuestro entorno cotidiano. Finalmente, la educación para el uso reflexivo de la televisión toma en cuenta los fundamentos teórico-metodológicos, provenientes de la sociología de la comunicación, de la semiótica audiovisual, de los efectos de los medios, de la teoría de la audiencia, así como de diferentes modelos pedagógicos y paradigmas de la ciencia.

4. Estudios cualitativos y cuantitativos en audiencias televisivas desde el sector académico

Es necesario emprender estudios cualitativos y cuantitativos en audiencias televisivas, conocer no sólo la técnica de abordaje de dichas audiencias sino también los fundamentos teóricos y metodológicos que sustentan las prácticas de acopio, procesamiento y de análisis de los datos. Es más, en mi opinión, tomaría en cuenta en los estudios de las audiencias, por lo menos tres preguntas básicas: qué es lo que hace la televisión con las audiencias, qué es lo que hace la audiencia con

la televisión y cómo se establece la interacción entre la audiencia y la televisión. Hay que comprender las relaciones que establece el usuario con este medio desde múltiples perspectivas y paradigmas, sin ceñirnos exclusivamente a algunas de ellas, porque sería como anclar en determinismos teórico-metodológicos innecesarios, situación que ocurrió y sigue ocurriendo con la teoría de los efectos fuertes de los medios. Si pretendemos comprender modestamente el contexto sociocultural del usuario de televisión, lo más sensato es recabar el mayor número de información a través de los métodos y técnicas que tengamos a nuestra disposición, para luego compararlas y establecer discusiones teóricas, más enriquecedoras, que nos permitan diseñar estrategias en educación para el uso reflexivo de los medios. Dice un refrán popular que si quieres enseñar latín a Pedro hay que conocerlo y por supuesto saber latín. Yo agregaría a este refrán que el docente en medios de comunicación tiene que autoanalizarse para saber cómo está educando, para saber cómo está comunicando, para saber si comunica eficazmente y si está formando o (de) formando a su audiencia.

NARSA SILVA

La televisión como massmedia ha generado numerosas investigaciones de la mano de diferentes autores que a través de sus esfuerzos han contribuido a definir su naturaleza, funcionamiento y efectos. En general, la mayor parte de los enfoques se centraron primero en la estructura de los medios y en la configuración de los mensajes; y luego en el estudio de los efectos que producen en el receptor y su incidencia en la formación de imágenes, modelos, estereotipos; cuáles son los gustos y preferencias de los perceptores; cómo influye la televisión en el uso del tiempo libre; cuál es su impacto en el modelaje de actitudes y conductas en temas tan diversos como la política, la cultura, el deporte, la moda.

Muchos investigadores, académicos y profesionales de diferentes disciplinas apuntan que la investigación massmediática debe partir desde la interrelación comunicación-cultura y superar los enfoques dogmáticos de la década de los sesenta y setenta, centrados en el estudio de la naturaleza y funcionamiento de los medios de comunicación.

Entonces hablar de una agenda de investigación en televisión en la actualidad supone entrar en sintonía con la era de la

globalización y sociedad de la información que ha configurado un paisaje cultural distinto y formas de comunicación y relación diferentes a años anteriores. Hoy en día se habla de la “cultura massmediática”, de la interrelación entre comunicación y cultura, de los avances tecnológicos y su incidencia en el consumo de información, en la configuración de hábitos y patrones. En tal sentido, esta agenda de investigación debe estar cónsona a las necesidades de la sociedad actual, orientarse en función de nuevos retos, y atender a las demandas de esta nueva sociedad en la que nos encontramos inmersos.

Esto implica trascender la línea de investigación orientada exclusivamente hacia el medio per se, su estructura y efectos, para abordar el estudio y la conexión entre el medio, el receptor, y la sociedad. Dentro de esta agenda debe prevalecer el análisis de la televisión y la sociedad; la televisión y la cultura; la cultura y el consumo de medios; los productos culturales y su uso; las nuevas tecnologías y el consumo.

La agenda de investigación en televisión debe responder a las demandas e inquietudes de la sociedad, debe contemplar un seguimiento de la realidad político, económico, social y cultural, de los cambios y avances tecnológicos y cómo influyen éstos en los patrones y hábitos de consumo, debe hacer énfasis en el análisis de las audiencias, sus necesidades e inquietudes, formas de interacción social, y también en el análisis de los contenidos y temáticas abordadas por el medio televisivo y su vinculación a la realidad.

La investigación en televisión debe traducirse en conocimiento e información útil y relevante para el análisis y comprensión de la sociedad, sus individuos, sus realidades, y esto emana del contacto con la realidad que se vive, las expectativas, interrogantes, e inquietudes que surgen del seno de la sociedad y de sus individuos y en definitiva le confiere sentido, pertinencia y utilidad.

Es necesario dar seguimiento al desarrollo y acontecer político, económico, social y cultural, al avance de las nuevas tecnologías, para establecer así una conexión con las necesidades y expectativas de los ciudadanos y darle prioridad a lo importante más que a lo urgente.

Dentro de esta agenda la audiencia, sin duda, debe ocupar un lugar preponderante dentro de la línea investigativa de académicos-intelectuales que aborden el estudio de la televisión. Sus necesidades, expectativas, hábitos, preferencias, compor-

“

Aunque todavía seguimos llamando televisión a los aparatos de recepción de TV. Digital, en que convergen tecnologías de compresión digital, transmisión vía satélite y cable, banda ancha, Internet, etc., lo cierto es que se trata de un nuevo artefacto con múltiples funcionalidades que está haciendo cambiar el panorama de las industrias culturales y de las pautas de consumo.

”

tamientos deben continuar investigándose pero desde una óptica que supere lo meramente cuantitativo e incorpore enfoques y metodologías cualitativas que permitan una mayor y mejor aproximación en lo que respecta a valores, símbolos, necesidades, gustos, preferencias, significación.

Si bien las cifras son importantes y necesarias para abordar un estudio, la lectura de dichos números, su interpretación y adecuación a un marco teórico, arrojará luces sobre diferentes aspectos que ayuden a comprender y visualizar una realidad, tópico o problemática.

En líneas generales, pudiera afirmarse que las investigaciones apuntan hacia aspectos cuantitativos centrados en función de varios elementos como: medición de audiencia, frecuencias; recall; índice de rating. De allí que debe hacerse mayor énfasis en el valor añadido de una metodología de investigación cualitativa que arroje suficientes luces sobre los diferentes tópicos o temas abordados.

Desarrollar una agenda de investigación en televisión supone también crear en instituciones públicas y/o privadas una plataforma de recursos, tanto humanos (de carácter interdisciplinario), como técnicos y financieros, que definan líneas de investigación y emprendan proyectos in-

vestigativos que encuentren asidero con la realidad y necesidades de la sociedad, y sean publicados y divulgados.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Cada nuevo medio o canal de difusión tecnológica que se suma a las transacciones humanas plantea nuevos retos a la investigación. Aunque todavía seguimos llamando televisión a los aparatos de recepción de TV. Digital, en que convergen tecnologías de compresión digital, transmisión vía satélite y cable, banda ancha, Internet, etc., lo cierto es que se trata de un nuevo artefacto con múltiples funcionalidades que está haciendo cambiar el panorama de las industrias culturales y de las pautas de consumo.

Cuando concluimos con otros colegas del Equipo el estudio sobre “El consumo cultural del venezolano”, el panorama televisivo iba sufriendo tal transformación que eran más las incógnitas que se nos abrían que las certidumbres que poseíamos.

A modo ilustrativo expongo algunas preguntas que han ido surgiendo en este tránsito. Hoy requerimos responder a cuestiones como las siguientes:

- ¿La convergencia ha reducido o no el número de compañías que dominan la articulación de las telecomunicaciones y los canales de difusión? (revisar las anteriores tesis sobre la concentración de medios y su nueva configuración);
- ¿cómo se recompone el panorama de las televisoras, es decir, la relación entre las públicas / estatales, las privadas y mixtas; las nacionales / regionales y locales; las de sistema abierto y de pago? (obviamente estos tópicos están asociados a problemas relativos a la identidad cultural y nacional con las correspondientes disposiciones legales);
- ¿qué cambios se han producido en la oferta televisiva (parrilla generalista, diversificación de programas, surgimiento de nuevos géneros) a partir de la proliferación de canales temáticos y de las propiedades interactivas de los nuevos formatos?
- ¿qué nuevas brechas tecnológicas se han abierto en una población previamente estratificada? Además de las diferencias sociales, cabe tener en cuenta las intergeneracionales y las de género;
- ¿cuáles son las nuevas pautas de consumo de las generaciones juveniles,

que se han socializado ya con la cultura multimedia?

- ¿cómo afecta el nuevo entorno multimedia con prevalencia de hipertextos a los modos de recepción y lectura?
- ¿qué modelos de canales sirven mejor a las distintas funciones tradicionales (informar, entretener, formar) y qué nuevas funciones se agregan a éstas por la interactividad (consultas, chat, foros, etc.)?
- ¿cómo afecta a la construcción de la opinión pública, particularmente política, la fragmentación del espacio televisivo? (posibilidades y límites de la teledemocracia y de la ciberdemocracia);
- ¿cuáles son las políticas públicas adecuadas para asegurar ciertos espacios compartidos que faciliten la integración social, la identificación cultural, el respeto por las minorías, la tolerancia intercultural?
- ¿qué criterios éticos y legales deben prevalecer respecto a la libertad, seguridad y privacidad cuando se interfieran las comunicaciones en red, donde se desdibujan las fronteras entre lo público y lo privado?

AGRIVALCA CANELÓN

A pesar de lo mucho que se ha escrito acerca del tema, todavía se ha avanzado muy poco en la comprensión del fenómeno televisivo en toda su extensión. Ello puede obedecer a la recurrencia de unos planteamientos teóricos que, por sus propias características reduccionistas, hacen muy difícil el abordaje de hechos sociales tan complejos como lo son la TV y su incidencia.

Básicamente, la mayor parte de los estudios parten del planteamiento estructuralista vigente que marcó el desarrollo de las ciencias sociales en el siglo XIX y se prolongó hasta buena parte del siglo XX. Así, al investigar en torno a la televisión en la sociedad, se suele hacer referencia casi exclusiva a sus efectos, con lo cual parece seguirse la lógica analítica tradicional partidaria de que, para conocer la realidad, es necesario dividirla por partes.

Desde esta perspectiva, es fácil entrar en la dinámica de estudiar al público y a la televisión como una relación de causa-efecto, en la que el medio tiene un papel activo y omnipotente, y ejerce su influencia sobre un individuo pasivo e indefenso.

66

En casi absolutamente todos los hogares del mundo occidental hay aparatos de televisión. Ciertamente, sus textos, sus imágenes, sus relatos y sus estrellas, ofrecen temas a las conversaciones de la vida cotidiana.

99

A modo ilustrativo, puede decirse que el trabajo fundacional en este campo tuvo su origen hace 40 años, cuando el Departamento de Investigación de Audiencias de la BBC sugirió a la Fundación Nuffield el patrocinio de una investigación sobre el impacto de la televisión en los niños y en los adolescentes.

De esta manera, a lo largo de cuatro años, entre 1954 y 1958, H. Himmelwit, A.N. Oppenheim y P. Vance, se abocaron a estudiar los efectos de la televisión en la audiencia infantil y juvenil en una época en la que todavía una proporción considerable de hogares ingleses no tenían televisión, lo cual permitía realizar eficaces comparaciones entre los hábitos de quienes eran espectadores y no espectadores. A partir de entonces, se realizaron muchos estudios en el contexto internacional con el fin de analizar los efectos positivos y negativos de este medio de comunicación.

Los trabajos de Schram (1960) realizados en el transcurso de tres años en diez colectividades de los Estados Unidos acerca de los usos que hacen los niños de la televisión; los de Halloran (1970) sobre su impacto social; los de Bagaley y Duck (1976) centrados en el análisis del mensaje televisivo; y los de Mander (1977), quien combinó el análisis de los efectos cotidianos de la televisión con el estudio acerca de la influencia que puede ocasionar sobre los espectadores la manipulación de las imágenes y el control sobre las

conciencias, constituyen algunos de los más conocidos trabajos, herederos, de alguna manera, de la investigación iniciada por Himmelweit y sus colaboradores.

Dentro de este enfoque lineal adquiere importancia el concepto, muy consensuado, de que la televisión es, ante todo, una tecnología, y, como tal, debe estudiarse de forma separada del resto de los contextos sociales, a pesar de que se reconoce su impacto sobre éstos. En este sentido, los medios de comunicación de masas, y muy concretamente la televisión, se definen como algo añadido desde afuera, que tiende a desequilibrar los contextos sociales tradicionalmente reconocidos, lo que impide, con frecuencia, un análisis en profundidad de su participación, junto a los demás agentes socializadores, en la práctica y percepción de la realidad.

Los trabajos de Fiske (1978), Masterman (1980 y 1985), y Lull (1988 y 1990) en el escenario anglosajón, así como los desarrollados por Kaplún (1988), Martín Barbero (1985), y Guillermo Orozco (1990 y 1991) en el latinoamericano, resultaron decisivos para modificar la orientación en el estudio de la televisión. De allí en adelante, las investigaciones dejan de estar centradas en los efectos o en sus contenidos para ocuparse de las audiencias y de la recepción, tomando a los espectadores en ámbitos específicos, como pueden serlo la familia o la escuela.

En este apartado se destacan, como referencia para otros trabajos, las investigaciones de audiencia a instancia de la perspectiva etnográfica, las cuales llamaron la atención respecto de unas circunstancias que, por diversas razones, los enfoques tradicionales del campo de estudios de la comunicación masiva rehusaban analizar.

Quizá debido a cierta obstinación en focalizar el objeto de estudio, las tradiciones teóricas enarbolaban el principio de que el proceso de comunicación podía segmentarse de la vida cotidiana sin grandes complicaciones: la lectura de un periódico, el hábito de sintonizar cierta propuesta radial, la exposición a una campaña proselitista lanzada a través de la televisión, etc., constituían variedades de todo un género aparentemente circunscrito de actividad social. Según la corriente teórica que las tematizara, todas ellas eran equivalentes o bien a un ejercicio amplio de la influencia de los medios, o bien a un episodio más en el disfrute de la libertad de elección y de resistencia cultural de los consumidores.

A pesar de estos desencuentros, las corrientes teóricas se emparentaban en la

presunción común de que la participación en los procesos de comunicación ocurría al margen de la historia personal y grupal de los espectadores, lo que implicaba, entre otras cosas, que no se problematizara la posición desde la cual se consumían los mensajes mediáticos, y que por tanto, se pretendieran válidas las descripciones de los efectos o de los usos de los mensajes formuladas independientemente de la consideración de los propios implicados en los procesos de la comunicación masiva.

En este marco, uno de los avances significativos de la investigación de audiencias ha sido la elaboración del concepto de "contexto de recepción", entendido como el ámbito donde la práctica de ver televisión adquiere sentido no tanto por la acción específica de "recibir mensajes mediáticos", sino por el hecho de que éstos sean fuente de diálogos u objeto de comentarios y discusiones. Bajo esta óptica, Bausinger (1984) argumentó extensamente a favor de una postura que sitúa a los medios masivos de comunicación como una parte hasta tal punto esencial de la vida cotidiana contemporánea, que los procesos de comunicación iniciados por los medios se extienden más allá del momento inmediato de su consumo y llegan a constituir motivos para conversaciones a través de las cuales se "reciclan" y resignifican los contenidos mediáticos.

Aquí, merece un detenido análisis un punto sobre el que las investigaciones de audiencia reclaman atención: la significación de las actividades relacionadas con los medios, y en especial la televisión, como piezas fundamentales en la comprensión de la cultura contemporánea, vale decir, el estudio del fenómeno televisivo como práctica sociocultural.

En casi absolutamente todos los hogares del mundo occidental hay aparatos de televisión. Ciertamente, sus textos, sus imágenes, sus relatos y sus estrellas, ofrecen temas a las conversaciones de la vida cotidiana. Se ha estudiado mucho el fenómeno de la televisión; sin embargo, es precisamente esa integración en la vida cotidiana de aquellos que la miran lo que, de algún modo, está llamado a erigirse en un tema central en el estudio de la televisión. Frente a las aproximaciones convencionales de análisis de contenidos, se establece aquí un estudio de las formas de representar, y de los valores explícitos e implícitos que tienen las imágenes mostradas a la audiencia.

Desde este punto de vista, los espectadores nunca están pasivos ante la televisión. En cada momento de la emisión y en su

“

Como señalan la *Association from Media Literacy de Canadá* (1992), Martín Barbero, Masterman, y Quin, la comunicación a través de la televisión y otros medios de difusión es siempre comunicación mediada.

”

calidad de receptores, negocian significados con el emisor, pudiendo generarse coincidencias o no entre los mensajes emitidos y la negociación de sentido.

Como señalan la *Association from Media Literacy de Canadá* (1992), Martín Barbero, Masterman, y Quin, la comunicación a través de la televisión y otros medios de difusión es siempre comunicación mediada. Más en concreto, Tyner (1993) precisa que los medios "no son fragmentos de la vida o espejos de la sociedad. Son documentos cuidadosamente elaborados, sin dejar nada al azar, que intentan imitar la realidad. Y, aunque no son reales, pueden modelar nuestras actitudes, conductas e ideas sobre el mundo".

No obstante, la asunción de esta dimensión investigativa amerita abordar el análisis de la audiencia desde dos vertientes: la cuantitativa y la cualitativa. El análisis cuantitativo permite conocer ciertos comportamientos de la audiencia así como el grado de preferencia de los espectadores. En los estudios de audiencia convencional, este enfoque es utilizado para desarrollar estrategias de pautas publicitarias en medios, ya que permite conocer en qué canal se ubica un sector específico de la población a lo largo de la jornada televisiva (segmentación y parcelamiento de audiencias para venderlas a los anunciantes), así como las migraciones de un canal a otro.

Mientras esta modalidad de análisis, centrada meramente en el comportamien-

to mecanicista de los espectadores, hace viable el estudio de sus reacciones y efectos ante determinado mensaje (publicitario, político o social), su canalización siguiendo la orientación de los estudios de recepción, halla campo abierto para el análisis de las audiencias a partir de los significados que construyen alrededor de un programa en particular o de la televisión en general.

Sin embargo, esta cuestión no puede ser abordada sólo desde la perspectiva de los expertos académicos, también requiere partir de la consideración de los propios agentes, razón por la que el empleo de métodos cualitativos en la investigación resulta ampliamente justificado.

Lo cierto del caso es que, en materia de televisión, así como también en el de cualquier otro medio de comunicación, la visión de estudio no debe limitarse al análisis de los contenidos, ni al tipo de representaciones que utiliza en sus mensajes, ni mucho menos a la investigación de los efectos que el medio ejerce sobre un grupo dado. Todos ellos son aspectos parciales de un fenómeno y una matriz mucho más compleja.

Por tanto, resulta imprescindible desarrollar metodologías que ofrezcan una perspectiva diferente a la dominante, según la cual:

- Se considere a la televisión como un medio que construye la realidad y ofrece un sistema de valores determinados a partir de los códigos mediáticos.
- Se considere que las audiencias juegan un papel activo en el acto de percibir mensajes.

Analizar la televisión como algo externo a las redes sociales y formas de comunicación existentes, impide aplicar una perspectiva holística que ayudaría a entender la labor conjunta de distintos agentes de comunicación con los que se relaciona el individuo, y el papel que juegan en el desarrollo de su personalidad individual y social.

JOSÉ IGNACIO REY

Quisiera dejar sentado, de entrada, que lo que ahora apuntaré concretamente sobre televisión se inspira y remite a lo ya escrito recientemente (Rev. Comunicación, N° 116, pgs.4-8 y 18-19) a propósito del sistema todo de comunicaciones en países como los nuestros. Como se decía allí, países con un tejido social extremadamente débil y debilitado, siempre al borde de

la ruptura. Anomia, invertebración y caos latente. Crisis de identidad e incluso, más y más, crisis de supervivencia. No es el momento para analizar causas, exógenas unas, endógenas otras. Ningún investigador puede salirse de su contexto y mucho menos cuando lo que se investiga son precisamente flujos comunicacionales, así como medios y mecanismos de socialización masiva.

En referencia ya a lo estrictamente mediático, hay un hecho que no puede ser ignorado. Junto a la radio, la televisión está habitualmente encendida en la mayor parte de los hogares latinoamericanos. Por cierto y muy probablemente, tanto más encendida cuanto mayor es el índice de desempleo productivo y menor el nivel de educación formal en sus integrantes. Para bien o para mal, este huésped omnipresente ha venido ejerciendo y ejerce una influencia determinante.

En ese contexto y en orden a sugerir algunas prioridades investigativas, me limitaré a hacer un par de recomendaciones. La primera está más referida a la política. La segunda a la educación.

El papel del Estado en las comunicaciones es indeclinable, pero no para vigilar y eventualmente censurar contenidos televisivos, sino para abrir espacios nuevos de sana confrontación y consenso, que posibiliten una estrategia concertada entre operadores de los sectores público y privado. Legítimos intereses comerciales privados no tienen por qué ser contrarios a intereses generales y nacionales. Se puede suponer, por otro lado, que son también y únicamente intereses generales (no partidistas) los que busca el sector público. Se trataría, en definitiva, de concertar voluntades e intereses para hacer viable y eficaz una Política Nacional de Comunicación en el área de la televisión, pero en articulación con otras áreas mediáticas. Operadas por iniciativas múltiples y variadas, la televisión y la radio no pueden ser concebidas -al menos, hoy y aquí- fuera del marco de lo que se entiende civilizadamente por servicio público.

A ese respecto, al investigador le correspondería la definición de ese espacio inédito de concertación. Asimismo, la elaboración de la agenda correspondiente, respetando el ritmo que imponen circunstancias y momentos. Quizás también -en función facilitadora- el diseño de toda una campaña mediática previa, orientada a crear conciencia y opinión acerca de la conveniencia de crear esos espacios nuevos de decisión, en los que nadie deje de estar de alguna manera representado.

66

Las televisoras comunitarias con sus diversas modalidades e historia, tienen aspectos a estudiar para conocer el tejido social que les sirve de soporte, escudriñar las estructuras ideológicas y proyectos que se proponen con sus programas y contenidos.

99

Una segunda recomendación tiene que ver con lo que, de manera general, se ha venido llamando educación para los medios. Primariamente, como parte de los programas mismos de educación formal escolarizada, pero también a través de talleres y cualquier otro tipo de iniciativas orientadas a los adultos. Es muy importante capacitar al tele-espectador de cualquier edad, a fin de que, concretamente y dentro del hogar, "el huésped" televisivo en ningún caso pierda su condición de tal. Formidable instrumento que, bien conocido y utilizado, debe quedar integrado en los programas educativos mismos. Por supuesto, resultado no menor de toda esa estrategia educativa -integral, coherente y sostenida en el tiempo- sería la conciencia generalizada del papel activo que debe tener el tele-espectador dentro de los nuevos espacios decisorios. La "sociedad civil" está llamada siempre a reivindicar su protagonismo.

El investigador de la comunicación, también en este campo, tiene un papel relevante, no sólo por su contribución necesaria al diseño de un plan nacional de educación para los medios, sino, sobre todo, en las etapas de su ejecución y evaluación continua. Dicho sea de paso y aunque a primera vista pueda parecer un simple problema semántico, recomendaría a los investigadores que, al referirse a los problemas de recepción, televisiva o en cualquier otro medio, dejen de utilizar la expresión "consumo". Un genuino plan de educa-

ción o de re-educación mediática debe descartar o trascender categorizaciones perversas o simplemente inadecuadas. La cultura propiamente no se consume.

Tejido social débil o debilitado. Sociedades "en construcción". Institucionalidad joven y precaria. Democracias incipientes. Crisis de pertenencia. Identidades difusas. Hibridación y mestizaje radical. Cohabitación estrecha de primer y de tercer mundo. Flagrantes desigualdades. Todo ello configura nuestra realidad y también nuestro presente. Para algunos, panorama desolador. Nada más que reto a la imaginación y al esfuerzo, para otros. En todo caso y en área específica de la comunicación y de la televisión, las prioridades absolutas -pensamos- están en el terreno de la política y en el terreno de la educación. El problema no es de simple oferta-demanda. Tampoco es un problema de consumo. Se trata de ayudar a esclarecer conciencias y comprender realidades. Se trata de facilitar convergencias y tejer tramas. Se trata de liberar flujos informativos en todas las direcciones y en dinámica permanente de retroalimentación. Comunicación alternativa. Solidificación de estructuras. Vertebración.

CARLOS CORREA

Una aproximación al tema de la televisión no puede desdeñar la importancia y relevancia que tiene en la configuración de la cotidianidad cultural de los ciudadanos un medio como la televisión. Es evidente que en la actualidad los modos de abordar a este medio requieren nuevos instrumentos, métodos y preguntas. Las tecnologías, cada vez con menores costos de aprendizaje para las audiencias, determinan nuevos modos culturales masivos que tienen profundas consecuencias en los relacionamientos sociales, políticos y económicos.

En el contexto venezolano, podemos constatar la progresiva consolidación de una oferta comunicativa regional, la aparición de canales de programación especializada, propuestas de distribución con diversos proveedores y variadas plataformas tecnológicas. A continuación detallamos algunas propuestas de investigación a partir de los factores o actores involucrados.

Los medios

Los canales de televisión regional tienen una presencia importante en las ciudades del interior. Conocer las estructuras asociadas a la propiedad, programación y

modelos de producción puede contribuir a visualizar una realidad que no cuenta con una presencia en los estudios del medio y permitiría descubrir las nuevas interrelaciones entre las ofertas de los medios capitalinos que se asumen nacionales y los medios que son distribuidos por los nuevos soportes tecnológicos (satélite, cable..).

Los canales de ofertas especializadas, por segmentación de audiencias o temáticas, son cada vez más recurrentes. El estudio de sus modos de producción y las estrategias de programación permitiría considerar las consecuencias de esta fragmentación de los discursos en los procesos de interrelación comunicativa con las audiencias.

Las estructuras de propiedad de los medios, es un indicador para el estudio del despliegue de las actuaciones. La configuración de los capitales involucrados y sus niveles de integración vertical y horizontal con otros sectores productivos está pendiente de una actualización. Igualmente hay que estudiar la integración con otras empresas de telecomunicaciones que son distribuidores de señales de televisión.

Las televisoras comunitarias con sus diversas modalidades e historia, tienen aspectos a estudiar para conocer el tejido social que les sirve de soporte, escudriñar las estructuras ideológicas y proyectos que se proponen con sus programas y contenidos.

Los productos

La televisión venezolana tiene en su historia propuestas de programación que respondían a intereses genuinos de nuestra propia idiosincrasia y aspiraciones culturales. En la actualidad se observa una progresiva influencia de programas prefabricados con adaptaciones locales. En esta tendencia se inscriben los programas de concursos competitivos (que incluyen opciones juveniles, de habilidades y saberes) y las readaptaciones con variedad de aproximaciones de la saga en la que obligan a los participantes a convivir en un entorno de competencia con exclusiones progresivas. Conocer la historia y origen de estos productos, las transformaciones que implican para el propio talento nacional y la reconversión de las televisoras es otra de las tareas pendientes.

La ampliación de la oferta comunicativa derivado de la progresiva segmentación y las posibilidades tecnológicas, establece nuevos pivotes para una interlocución de los públicos. Ello condujo a la existencia de estrategias de programación con especialización de contenidos o públicos. ¿Cuáles son sus particularidades y estrategias?

“

**La televisión venezolana
tiene en su historia propuestas
de programación que respondían
a intereses genuinos de nuestra
propia idiosincrasia
y aspiraciones culturales.**

”

Los programas de producción nacional ofrecen un abanico de opciones que incluyen a las tradicionales telenovelas, programas cómicos y los programas de opinión que mantienen las formulas que aplican desde sus inicios, algunos de ellos responden a una realidad particular de la idiosincrasia venezolana. Los modelos de producción, las claves de su permanencia y la reconstrucción socio-histórica de la relación comunicativa, permitirían reconocer la diversidad o recurrencia de los modos culturales implícitos.

Los públicos

Las variaciones en las estructuras de los emisores, productos y contenidos implican una reconfiguración pasiva o activa de los modos y saberes culturales de los públicos. Estas influencias mutuas, aunque en relación de asimetría, son de vital importancia para la tarea de rediseñar las propuestas de interlocución televisiva. Las variaciones derivadas de la segmentación de las audiencias que generan particularismos culturales de acuerdo a las características de los públicos generan simbólicamente una variedad y establecen al mismo tiempo una suerte de homogeneización que traspasa a los segmentos definidos. Conocer los aspectos diversos y convergentes nos permitiría reconocer las dimensiones de la actual complejidad de la relación entre los sujetos de la relación televisiva.

Los modos de relacionamiento y sus múltiples opciones, que incluyen una apropiación diversa de la realidad tecnológica que aumenta las ofertas y reduce opciones, por la vía de la exclusión ideológica o la redundancia de los mismos contenidos reinventados para cada segmento son hechos constatados en el país. Conocer la integración de las diversas opciones: internet, cable, video casero, canales nacionales e internacionales y los modos de uso de las audiencias, puede desnudar cambios que implican el desarrollo de variaciones culturales propios en las identidades sociales.

Las identidades sociales de Venezuela, su desarrollo, principales características y tendencias, observadas desde la relación con el medio televisivo, constituyen un aspecto pendiente por conocer y así escudriñar la prospectiva cultural nacional, lo que define profundas implicaciones en el quehacer educativo, social y político.

Las políticas

Una lectura que implique a los elementos intervinientes en la relación comunicativa debe considerar los alcances, límites y posibilidades de la acción del Estado y la sociedad en la construcción de políticas públicas orientadas a proteger, respetar y promover los valores trascendentes del hombre y sus concreciones en el contexto nacional. Frente al medio también existe la imperiosa necesidad de conocer los modos de apropiación y las respuestas posibles desde la ética. La tarea de educar desde y para la televisión requiere el desarrollo de una propuesta de investigación que profundice en las sinergias y contradicciones que existen entre los modos televisivos, la educación, la vida cotidiana y las expresiones de los anhelos de convivencia ciudadana que se expresan en el imaginario y en las instituciones públicas. La educación para los medios necesita insertarse en el sistema de educación básica y ello requiere determinar de modo dinámico los hitos de la relación comunicativa para ponderar y minimizar, según cada caso, las influencias de los medios.

La acción política está en los medios. Algunos relevaron su rol de medios por el de actores políticos. Esta acción legítima y propia de la comunicación, necesita de mecanismos de regulación social. Es decir debe mostrarse a los ciudadanos para que puedan definir sus opciones de mejor manera, ello implica desarrollar y establecer estrategias para que los ciudadanos sean lectores activos de los medios. La regulación de la acción política de los me-

dios es uno de los desafíos importantes de las sociedades y ello debe hacerse para ampliar los grados de libertad, sin menoscabar las libertades de los emisores. Una acción que requiere de acumular saberes y políticas públicas que permitan su apropiación por parte de los actores sociales.

MARCELINO BISBAL

Los periódicos me aburren y hace tiempo que dejé de escuchar la radio, así que gracias a la tele me entero de lo que pasa por ahí. Este programa, por ejemplo (...)

En mi vida he visto una imbecilidad más grande: la gente tiene que adivinar cuánto cuesta cada una de esas cosas; si acierta se la queda. Pero fíjese en lo felices que son, fíjese en cómo se rien (...). Ahora la gente es mucho más feliz que en mi época, eso lo sabe cualquiera que haya vivido lo suficiente. Por eso, cada vez que le oigo a un viejo decir pestes del futuro, sé que lo hace para consolarse de que no va a poder vivirlo, y cada vez que oigo a uno de esos intelectuales decir pestes de la tele sé que estoy delante de un cretino.

Javier Cercas, en *Soldados de Salamina*

En la mayoría de los países de la región la televisión irrumpe a partir del año 1950. La presencia de la imagen, como si esta fuera la misma realidad, seduce a los latinoamericanos y deslumbra a la vez. Empezábamos a ser algo más modernos, o al menos nos sentíamos así. Los asuntos de la *identidad colectiva* comienzan a replantearse ante la visibilidad, que más adelante y hasta nuestros días sería masiva, del artefacto visual. La prensa, el cine y la radio cederán terreno a la recepción de esta nueva tecnología. Ni que decir del libro. “Esta zona fue meramente la receptora pasiva-por lo menos durante los primeros tramos del proceso- de un instrumento cultural cuyas especificaciones técnicas y formas de uso social habían sido previamente determinadas en los países centrales. En buena parte, el desarrollo histórico de ese medio en la región fue el producto de decisiones adoptadas por un número reducido de corporaciones multinacionales, especialmente por los gigantes de la electrónica y el *show-business* de los EE.UU” (Eriberto Muraro, 1987). Este hecho, que se sucederá por igual con la introducción de las “nuevas” tecnologías comunicacionales, no empañará para nada el sentimiento que nos penetraba como latinoamericanos y habitantes del planeta y que

se introducía en nuestras visiones de la realidad circundante e inclusive en las más lejanas, nos hará ser modernos y próximos a la “civilización”. “Es extraordinario lo que, en sentido positivo, nos diferencia de los ancestros, marginados de tales prodigios de la tecnología. El cambio de hábitos modifica la noción de pasado, censurable en la medida en que carecía de pantalla chica. Y en la intención se transita del pasado monótono al porvenir sólo hecho de sensaciones divertidas” (Carlos Monsiváis, 2000). América Latina entraba en la carrera de la cultura de masas y su significación en la conformación de gustos, patrones, sociabilidades,... e incluso en la apuesta por un *modelo* de programación televisiva latinoamericana.

Pero los inicios y consolidación de este nuevo medio de comunicación no fue tan rápidamente asimilado por todos los sectores de la sociedad latinoamericana. El planteamiento de Umberto Eco de *apocalípticos e integrados* ante la cultura de masas se puede aplicar, desde esta región que es América Latina, perfectamente a nuestro proceso de penetración de la televisión, e inclusive a nuestras consideraciones reflexivas frente a ella. En todo el contexto de la región se levantaban las voces censoras y moralistas frente al medio. Son posturas de la “alta cultura” intelectual que no entiende el proceso de *migraciones culturales* que empezaba a irrumpir, con fuerza cada vez más creciente, con el medio televisión. ¿Cómo se da el rechazo? Por intermedio de palabras que, como estas que referenciamos, fueron arrojadas en nuestro espacio y que se sucederán por igual en toda la región sin mayores diferencias y parcialidades frente al medio y su industria cultural (Marcelino Bisbal, 1999):

- Hay una manera de integrar la esencia folklórica, como es el caso del ballet de Antonio Gades, en España, o el ballet folklórico de Rusia, o los grandes músicos y compositores populares, pero no me digan que la industria cultural es capaz de emprender un verdadero apoyo a estos valores y manifestaciones culturales porque su labor es otra: Masificar (...). La industria cultural tiene ganado un lugar al otro lado de esa línea que separa y enfrenta el arte, la cultura, las ideas y el pensamiento a las leyes del mercado, la banalización y la masificación (Juan Liscano, 1989)
- La principal contribución de la estética de la vulgaridad es la cultura de masas o cultura popular, de la que el mundo

norteamericano es la quintaesencia. Las viejas nociones de hegemonía cultural y cultura elitista no tienen el menor sentido en un mundo dominado por los grandes medios de comunicación de masas y la comercialización masiva del arte (...). El triunfo de la estética vulgar es, en definitiva, el triunfo de la democracia aplicado al dominio del arte y la cultura (Juan Nuño, 1992).

- La radio, la televisión, el cine, las tiras cómicas expresan de manera más constante y eficaz formas y temas, y lo que es acaso más grave, lenguaje, que no representa ninguna aproximación a una cultura real y avanzada, sino la divulgación casi mecánica de los productos de una sub-cultura creada por influencias poderosas nacionales y extranjeras, y que terminan, finalmente, por constituir una verdadera subversión de valores (Arturo Úslar Pietri, 1993).

Sin embargo, el medio se ha consolidado y con él profundas transformaciones y “migraciones sedentarias” se han dado. No hay duda que la televisión ha adquirido el estatuto de ser hegemónica y determinante en el tiempo libre y de ocio de la gente. En ese sentido, y sintetizando interpretando a Manuel Martín Serrano (1995) las principales transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual y significativamente con la televisión han sido las siguientes:

- 1- Han afectado a la distribución y el uso del tiempo existencial de las personas.
- 2- Además de la transferencia de tiempo, los medios de comunicación han recibido una transferencia de funciones comunicativas que antes se satisfacían por el contacto directo.
- 3- Han afectado al empleo y disfrute de los espacios privados, y a su significado afectivo. Igualmente, el uso de los espacios públicos se ha visto alterado.
- 4- Han hecho posible el predominio de valores particularistas y etnocéntricos.
- 5- Han establecido nuevas dialécticas entre las comunicaciones personales y las comunicaciones mediadas.
- 6- Han derivado en una vinculación de dos actividades que estaban separadas: el *informar* sobre lo que acontece, y el *intervenir* en lo que acontece.
- 7- No han modificado en nada los factores que determinan la marginación comunicativa.

8- Han creado las condiciones tecnológicas y económicas para un reencuentro de las prácticas comunicativas audiovisuales y textuales.

9- Han culminado el proceso socioeconómico, que vincula la información para la comunicación, con todos los otros usos no comunicativos de la información.

Pero estas funciones y transformaciones que hoy día le hemos encontrado y visto a la tecnología audiovisual no surgen de inmediato, las mismas son el producto de una onda de avances tecnológicos que se fueron incorporado al audiovisual y en donde la televisión fue la receptora privilegiada. Al punto que la televisión se convierte hoy en un "aparato multimediático" que recibe las más sofisticadas innovaciones de la tecnología comunicativa. Al hablar de un "ecosistema comunicativo", de impresionantes magnitudes, tiene a la televisión como el vértice a donde van a confluir todas las miradas recelosas por un lado e integradas-seducidas por el otro. Y así fue desde los inicios del medio en América Latina y que como nos apunta Monsiváis: la tecnología deslumbra, pero al mismo tiempo se vigilaban sus patrones de consumo (2000).

Esos planteamientos, como habrá podido observar el lector, implican un cambio de perspectivas en la consideración de las principales líneas de investigación que sobre el medio televisión estamos considerando. Así pues, pensamos que en estos tiempos, de signos nuevos y en donde el medio audiovisual con la TV en el vértice y su confluencia en el panorama de la convergencia tecnológica que estamos presenciando en esta Sociedad de la Información o del Conocimiento, los principales *items* de investigación deberían estar alrededor de:

- El tema de los públicos, las audiencias, sigue siendo un área bastante desconocida para los investigadores. Más allá de las consideraciones cuantitativistas con sentido profundamente mercantil (de marketing y de segmento de mercado), creo que el paso "de la producción al consumo" es un área bastante nebulosa con relación al medio. Habrá que incidir en esta línea con metodologías que logren rebasar lo que más se ha trabajado hasta los momentos que es el método etnográfico. Es la idea del estudio del destinatario como eje o como receptáculo del proceso de producción televisiva.

“

Al hablar de un "ecosistema comunicativo", de impresionantes magnitudes, tiene a la televisión como el vértice a donde van a confluir todas las miradas recelosas por un lado e integradas seducidas por el otro. Y así fue desde los inicios del medio en América Latina y que como nos apunta Monsiváis: la tecnología deslumbra, pero al mismo tiempo se vigilaban sus patrones de consumo.

”

- En relación con la línea anterior, creo que es clave conocer con cierta certeza, porque siempre será nada más que aproximación, el uso social del medio en la vida cotidiana. El tema de la utilidad, del convencimiento, en fin de los usos sociales y los sentidos que la gente le otorga al medio para su vida y existencia.
- El tema de las nuevas programaciones del medio bajo la idea de la maximización del consumo. Creo que se trata de una investigación clave en estos momentos pues vemos como las grandes productoras orientan sus esfuerzos en ese sentido y nosotros sabemos poco al respecto. Esas nuevas producciones alteran la categorización de los estilos de programación clásicos y producen "hibridaciones" entre ellos al punto de crear nuevas estructuras programáticas que no sabemos dónde ubicar.
- Aunque resulte una línea de investigación clásica o repetitiva, habrá que seguir estudiando seriamente y desprejuiciadamente el género del melodrama o la telenovela. Esta área de investigación deberá estar ubicada en la re-

lación con nuevas categorías como el placer, el sentido, la utilidad, el convencimiento, la estética, la cotidianidad... Quizás esta línea deba imbricarse en la relación cultura y comunicación y desde ahí, con toda seguridad, se desprendan nuevas temáticas que involucren al medio.

- El tema de la información dentro de un contexto social y político tan complejo como el que estamos viendo resulta significativamente importante a tomar en cuenta. Que duda cabe que hoy día hay un afectación entre la información televisiva del presente y el desarrollo de lo social-político de estos momentos. Las cifras de audiencia y de credibilidad de la TV como soporte de información -aunque sea más dado el medio a lo coyuntural y menos a la profundización- nos están indicando que experiencias como las de *Globovisión* están siendo importantes en la audiencia. Como dice Manuel Martín Serrano, estas afectaciones entre el sistema comunicativo -en este caso la TV- y el sistema social-político deben ser interpretadas no con modelos causales, sino mediacionales. Es la mediación de la producción social de información a través del medio televisivo.

- No podemos dejar por fuera el tema de la tecnología audiovisual que se desprende desde la pantalla televisiva. ¿Cómo será la TV del futuro? ¿Sus estilos de programación, su interrelación con el mundo de la informática...? Allí se abre toda una línea nueva y que requerimos encarar ante la presencia, no tan lejos ya, de la TV digital en Venezuela.

Podemos seguir fijando temas dentro de líneas de investigación particulares en relación al medio TV, pero las ofrecidas son más que suficientes para adentrarnos, desde nuestra perspectiva, en la consideración de la TV como instrumento de modernidad que ha sido y sigue siendo y lo será por mucho más tiempo todavía.

■ Los Autores son miembros del Consejo de Redacción de *Comunicación*



EL APAGÓN

Prospectiva de la Televisión Digital y la Hipermedia en Venezuela

Calcula el autor que bastarán 12 años para que se produzca el apagón analógico, ubicado en el momento justo en que todos los recursos multimedia converjan digitalmente "en una única pantalla de un gran aparato hipermediático, destinado al entretenimiento, los servicios, la información, la educación y el trabajo". Ante este inminente encuentro de la televisión e internet en un mismo medio que superará los paradigmas de cada uno de sus predecesores, advierte Aquiles Este que existe la propensión de nuestra parte a acudir a viejas metáforas, cargadas de un tono un tanto crítico, con la intención de aliviar las conmociones. Apunta el autor algunas proyecciones que pueden guiarnos a tomar las estrategias necesarias para llegar preparados al nuevo medio

■ Aquiles Esté

Comencemos por proponer una nueva manera de medir las convulsiones culturales más dramáticas de los últimos cien años. El inédito indicador estaría referido al tamaño de las pantallas en las que se reconoce el individuo y genera sus intercambios, sus narrativas y sus grandes metáforas. Un período corresponde al gran telón del cine, otro, al totémico vidrio de la TV de 4x3. Más acá se ubican la "bola de cristal" del computador personal así como la micropantalla del teléfono móvil. Pero he aquí un nuevo avatar que apenas empieza a perfilarse y que promete sacudir la cultura con la fuerza de un vuelco copernicano: la televisión digital.

Ello a falta de un nombre mejor, pues la expresión "televisión digital" mal revela esta nueva jungla de senderos que, de eso sí estamos seguros, habrán de converger en una nueva y única pantalla.

Ante la inminencia de un sacudón tecnológico, conocida es nuestra propensión a acudir a viejas metáforas con la intención de aliviar la conmoción que éste genera en las instituciones, en la economía, en los patrones de comunicación y en nuestro sistema nervioso. Esta incapacidad para nombrar los nuevos procesos con nuevas metáforas fue advertida en el siglo XVIII por Giambattista Vico. "Una propiedad de la mente humana -decía el retor napolitano- es que los hombres siempre que de las cosas remotas o desconocidas no pueden hacerse idea ningu-

na, las evalúan a partir de las cosas conocidas o antevistas.”¹ “A la gente -confirma McLuhan retomando a Vico- nunca le gusta mirar al presente; la gente vive en el espejo retrovisor porque es más seguro. Por allí ya han pasado, allí se sienten más a gusto. Todo aquel que mira al presente es una amenaza, una molestia en grado extremo. El presente es una región que la gente ha evitado siempre a lo largo de la historia. Las utopías de la raza humana son todas imágenes de un espejo retrovisor que refleja la época anterior.”

Es así como nos gusta hablar de correo electrónico, horno microondas o bicicleta montañera, es decir echando mano de designaciones que de entrada sirven para oscurecer las modificaciones profundas implicadas en la irrupción de un nuevo dispositivo tecnológico. Pues bien, exactamente así sucede con el término “televisión digital”, una expresión inconveniente ya que enmascara el hecho de que la llamada televisión digital no será precisamente un nuevo tipo de televisión ni un nuevo tipo de PC, entre otras cosas porque ese electrodoméstico al que hoy llamamos televisión, pasará en breve a ser el seleccionador de información más importante dentro de la casa y además, porque, cada “página” de la Internet estará expuesta a convertirse ella misma en un canal audiovisual.² De este modo, queda claro que la TV del futuro no va a parecerse conceptualmente ni a la televisión ni a la Internet actuales. Esto habrá de producirse escalonadamente en un plazo no mayor de 12 años, dependiendo de las situaciones presentes en los distintos países y regiones.³ Para esta fecha, tendrá lugar en las dos terceras partes del mundo lo que nosotros llamamos, el apagón analógico, es decir, el momento en que todos los recursos multimedia, no apenas existan en formato digital, sino que converjan en una única pantalla de un gran aparato hipermediático, destinado al entretenimiento, los servicios, la información, la educación y el trabajo. En doce años, todos los aparatos de TV analógica se volverán obsoletos, por cierto, el mismo espacio de tiempo que necesitó la TV en color para imponerse a la de blanco y negro. Esto insistimos tendrá lugar en forma escalonada, pues antes de todos embarcarnos en la compra de este nuevo electrodoméstico informático, está previsto que los actuales televisores utilicen un decodificador para recibir las emisiones digitales, tal y como viene sucediendo desde mediados de los noventa con el cable y el satélite. “Pero con los fabricantes de hardware pisándoles los talo-

66

De modo pues que un nombre provisional para la TV digital podría ser el de hipermedia o hipermedio. Sin embargo, de aquí a allá debemos pasar por un complejo proceso que intentaremos describir, deteniéndonos más tarde en las peculiaridades del caso venezolano.

99

nes, no sería de extrañar que en poco tiempo los aparatos sean un híbrido entre PC y la televisión digital”.⁴

De modo pues que un nombre provisional para la TV digital podría ser el de hipermedia o hipermedio.⁵ Sin embargo, de aquí a allá debemos pasar por un complejo proceso que intentaremos describir, deteniéndonos más tarde en las peculiaridades del caso venezolano.

Lo primero que el hipermedio modifica es al espectador, quien dejará justamente de ser espectador para convertirse en un usuario. Por ahora, es muy difícil imaginar las nuevas técnicas que se requerirán para que este individuo seleccione los contenidos presentes en los nuevos medios. Esta realidad se hará crítica en el momento en que dispongamos de canales interactivos de señal abierta. Lo que implica por cierto, la inclusión de vastos sectores de la población a la sociedad de la información, por vía de un nuevo acceso a la red digital. Ello es muy importante en América Latina, donde todavía existe mucho miedo al computador, su costo es elevado y el consumo de televisión es muy alto.

Para el sistema educativo formal esto constituye un reto particular, pues implica el adiestramiento de un tipo de ciudadano que necesita entender sus nuevas responsabilidades como seleccionador y emisor de información. Dicho en otras palabras, el problema consiste en imaginar las maneras efectivas de transformar a un Homer Simpson en un programador de hiper-

medios. Este no es un cambio de poca monta, si nos detenemos a recordar que el modelo actual televisivo está mecánicamente asociado a la pasividad del espectador. Una de las tragedias y de las ventajas de la tecnología analógica en televisión es que nos permite aliviarnos en mayor o menor medida de la responsabilidad de la participación y del feedback. En el corto plazo este fenómeno debe acelerar la tendencia a convertir la información en entretenimiento y el entretenimiento en información.

El otro cambio dramático que se avicina está referido a la expansión de la oferta de canales. Con la utilización de tecnologías de compresión MPEG4, ya disponibles, el espectro radioeléctrico sufrirá una necesaria y bienvenida expansión. Con la tecnología digital actual se puede hacer circular hasta cinco canales de televisión en la frecuencia que hoy ocupa un solo canal UHF. La irrupción de la televisión y la radio digitales señala el final del control estatal sobre las hondas hertzianas, lo que necesariamente transformará la relación policial que tiene el Estado sobre la difusión radioeléctrica. No existirán ya las condiciones para imponer cadenas de radio y televisión a capricho de los gobernantes de turno y los propios eventos que tradicionalmente monopolizan el espacio televisivo, como el mundial de fútbol, enfrentarán cada vez mayores dificultades para captar sus audiencias habituales.

Ello por no insistir en mencionar la variedad de servicios multimedia y video de calidad que comenzarán a circular por lo que hoy llamamos Internet. Consecuencia de todo esto será la ventaja de contar a nuestra disposición con todo el archivo televisivo, lo que promete por cierto convertirse en un negocio tan o más rentable que la producción misma de originales. La televisión, que hasta ahora operaba bajo las cláusulas prácticamente inmovibles de la puntualidad, los horarios, la continuidad y la linealidad quedará irremisiblemente hiperespacializada e hipertemporalizada (todo en cualquier lugar / todo a cualquier hora).

Claro que está por verse si todo esto redundará en una efectiva democratización de las frecuencias y de los contenidos. La experiencia indica que existen riesgos importantes de que toda esta oferta de nuevas libertades, usos y soportes se traduzca en una mayor concentración en manos de los grandes consorcios locales e internacionales de la difusión audiovisual, con la consecuente subordinación de las infor-

maciones a la programación televisiva o a segmentos muy particulares del mercado (telecompra, banca, juegos, lotería). Es lo que ha pasado por ejemplo en el caso de la implantación de televisión digital por satélite tanto en los Estados Unidos, como en Europa y en América Latina. En EE.UU, debemos recordar la fusión entre Direct TV y Primestar (1999). Por su parte, en Europa también se producen aceleradamente fusiones entre los grandes jugadores del mercado comunicacional, los que por cierto, ya han comenzado a vender participaciones a los grupos americanos del sector como Viacom, Murdoch, Time Warner, Sony, Walt Disney y General Electric. En América Latina, observamos la aparición de alianzas continentales que de modo acelerado han tomado regiones completas como en los casos del grupo Galaxy (Cisneros, TVA Abril, Hughes, Sky Entertainment) y de Sky Latin America (Murdoch, TCI, Televisa y Globo).

A estos gigantescos *mergers* se unen ahora en alianza o en competencia los productores de satélites y muchos de los negocios que a pesar de poseer una antigua cultura de operación en redes habían permanecido alejados del negocio explícito de la comunicación de masas. Esta es la situación de los productores de electricidad, los distribuidores de agua, los ferrocarriles, el sistema de autopistas, las grandes casas del software y muy especialmente, las operadoras de telecomunicaciones. Estas, en mi opinión, serán las grandes protagonistas del negocio de la televisión digital, particularmente en Europa y en América Latina. Las compañías telefónicas no habrán de "limitarse al papel de mensajeros de señales..." sino que intentarán "...estar no sólo en la sección más básica del negocio, la de los cables o las ondas, sino también en la de los contenidos que viajan por ellos y multiplican su valor. Los grandes operadores de telecomunicaciones están presentes en todas las fases de la cadena de valor de los nuevos medios, incluida como una sección importante la televisión digital: se convierten así en inmensos agentes multimedia que aspiran a extraer el máximo rendimiento posible de la explotación integrada de los recursos de producción, distribución (a través de la presencia en todos los sistemas posibles de acceso a los clientes) e interrelación con los usuarios."⁶

Otro de los aspectos que se modifica con la implantación del modelo digital es la finalización gradual del esquema de difusión "gratuita" de la televisión. No queremos decir, que la digitalización invente

66

La migración digital de la TV y la radio implica a los efectos dos variables de capital importancia.

Por una parte la disminución de los costos de infraestructura y difusión pero además y como ya adelantamos, un mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico.

99

la televisión pagada, ya existente en el ambiente analógico desde finales de los ochenta, sino más bien que, en función del nuevo cuadro de contenidos y prestaciones, pasaremos a asumir a la TV como un contrato más de servicios, parecido al que tenemos con el agua, la electricidad, el gas y el teléfono. Independientemente de su fuente técnica de emisión (satélite, cable o difusión terrestre) la "TV" que viene será pagada y a la carta (on demand).

Ello se debe muy concretamente al hecho de que, gracias al formato digital es muy fácil diseñar el acceso de cada usuario. Todo aquello que se autoriza o se prohíbe a cada terminal doméstico podrá, de aquí en adelante, negociarse con el usuario en tiempo real. En esa misma proporción también se harán presentes paradojas, como el pago a los espectadores por el tiempo de audiencia (un esquema de negocios heredado del e.marketing); pero el caso muy concreto es que con el modelo digital, todo aquello que tradicionalmente se entendía como medición de audiencia sufrirá un giro radical. Atrás quedarán los ambiguos medios de audimetría por vía de encuestas y llamadas telefónicas, lo que implica el final de las técnicas de muestreo. En el nuevo paisaje de las telecomunicaciones, las operadoras tendrán a su disposición la información más estratégica sobre el espectador para cumplir con sus objetivos de promoción, recompensa, fidelidad y programación.

En cuanto a los estilos de programación queda claro también que aquí asisti-

remos a una conmoción decisiva, determinada por la presencia de los recursos interactivos. Para empezar, existirá necesariamente una programación mucho más segmentada, pero por sobretodo, no podrán diseñarse los programas sin contar con el pivote fundamental de la participación efectiva del público. En el medio plazo, por poner un ejemplo, surgirán géneros de ficción que incorporan en tiempo real la participación del público a la hora de votar o proponer un giro determinado de la trama narrativa.

Anticipando estos cambios es interesante anotar como ciertos espacios de relativo éxito como "¿Quién quiere ser millonario?" hacen un esfuerzo por simular la participación interactiva o cuentan, en el estudio, con medios participativos en tiempo real adaptados a la funcionalidad y dinámicas del programa. Cómo hemos dicho, géneros nuevos están por hacer presencia y lo que es más, la propia publicidad televisiva habrá de hacerse bidireccional y así adoptar formatos por ahora inimaginables. Por lo que sabemos, el spot clásico de 30 segundos está a riesgo de desaparecer.

Para finalizar este rápido recuento de las asonadas que trae consigo la llegada del modelo digital, destaca necesariamente, la incorporación de nuevos y variados jugadores a la radiodifusión radioeléctrica. La migración digital de la TV y la radio implica a los efectos dos variables de capital importancia. Por una parte la disminución de los costos de infraestructura y difusión pero además y como ya adelantamos, un mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico. De la convergencia de estas dos variables saldrán beneficiadas las iniciativas de difusión regional. Esta es una paradoja a respecto del proceso de acumulación de poder que se experimentará a nivel global, ya que, si las plantas de televisión emergentes en las localidades tienen la suficiente creatividad en los contenidos y la necesaria habilidad gerencial, estarán en la posición de captar una buena porción de los espectadores regionales, pues cómo se sabe, los anunciantes van donde va la audiencia. De ser así, es correcto afirmar que en los próximos cinco años habrá una serie de ventanas de negocios para los empresarios medianos que deseen invertir en televisión local.

En Venezuela, existe un atraso considerable en lo que respecta al diseño de la legislación para incorporar la televisión digital, especialmente la televisión digital terrestre. No así sucede con la radio. Bas-

tante adelantadas se encuentran las negociaciones entre Conatel y los radiodifusores para seleccionar por ejemplo, la norma tecnológica para difundir radio digital. De modo que, según nuestras estimaciones, para mediados de 2003 ya tendremos en Venezuela un sistema mixto de radiodifusión digital y analógico. No es este el caso de la TDT, con todo y la existencia de la voluntad política por parte del gobierno bolivariano en acelerar la migración.

Cómo es de todos sabido, la relación entre Hugo Chávez y las plantas de televisión ha sido especialmente tensa. Para el actual gobierno, la apertura del espectro radioeléctrico implicaría una merma del poder de las plantas de televisión que tanto han adversado el proyecto bolivariano, especialmente en los últimos dos años. Sin embargo, con todo y esa voluntad política el avance ha sido mínimo, al menos si lo comparamos por ejemplo con Brasil, país éste que ya escogió a mediados de este año la norma tecnológica, a saber el sistema europeo DVB.⁷

Por su parte y como es previsible los grandes consorcios venezolanos de televisión abierta han mostrado muy poco interés en el avance de esta legislación. Ello no apenas por el problema político, sino por el tema económico. La migración digital implicaría la súbita obsolescencia de muchos equipos -especialmente equipos de transmisión. La presión de inversionistas provendrá en primer término de las operadoras de telecomunicaciones, particularmente de aquellas vinculadas al negocio de la telefonía móvil que ya han empezado a indagar las posibilidades de inversión. Nuestros cálculos indican que en Venezuela sólo habrá televisión digital terrestre dentro de dos años a partir de esta fecha.

La televisión digital terrestre constituye una alternativa sólida respecto del cable y el satélite como medio de distribución de televisión en formato digital.⁸ Ello por varios motivos. Primero porque permite la utilización de la banda de UHF, lo que posibilita la reutilización de las antenas actuales de recepción analógica en lugar de las parabólicas, mucho más costosas en una proporción de 1/10. Por otra parte, elimina muchos de los problemas

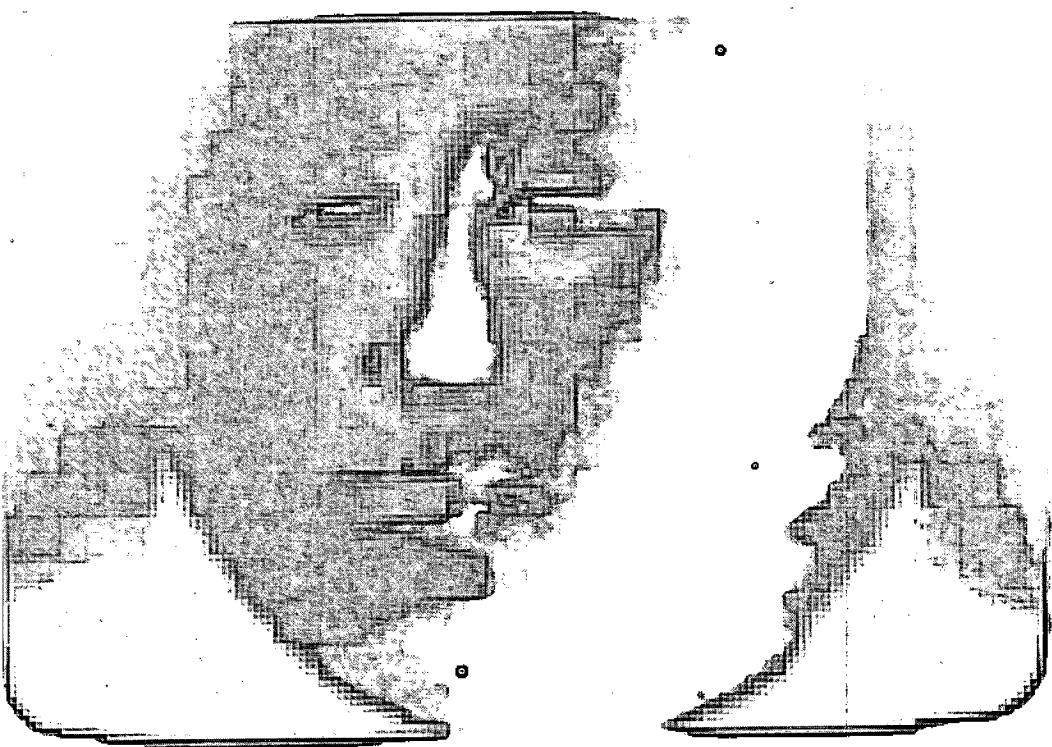
de recepción asociados a la tecnología analógica, como interferencias, nieve, dobles imágenes, además de ofrecer una recepción de calidad en condiciones precarias, como en el caso de antenas internas en la casa. Esta peculiaridad es bastante importante ya que en Venezuela el 40% de las familias dispone de un segundo receptor sin toma de antena disponible. A diferencia del satélite que emite una única señal a todo el territorio, la TDT admite la difusión de información localizada. Cuenta además la movilidad, pues con la tecnología de TDT podemos desplazarlos sin sacrificar la cobertura. Como se sabe, en el caso del cable o el satélite estamos atados a los puntos estáticos de instalación. Otra ventaja importante tiene que ver con el hecho de que los costos de la red de difusión son bajos ya que al tratarse de TDT, es posible rellenar los centros emisores de gran cobertura con los llamados "gap-fillers" o emisores de ciudad. Estos pueden instalarse en edificios dentro de la "zona de sombra". Los usuarios podrán además disponer plenamente del formato panorámico 16:9 y de una mejoría sensible en la recepción de imagen y sonido, incluso en el caso de que el televisor funcione con un decodificador de la señal digital a analógica. Finalmente y como anunciamos más arriba la TDT permite optimizar el espacio radioeléctrico, considerado hasta ahora como un bien escaso y, por sobre todas las cosas, abre las puertas del hogar a las telecomunicaciones interactivas y a fin de cuentas, a la Sociedad de la Información.

Todas estas prestaciones podrían estar activas hoy en un país como Venezuela, en el que tanta televisión se consume (ocho horas diarias, un verdadero record mundial). Pero en la práctica, el debate está ausente. El asunto sólo se discute en los cenáculos de Conatel, que ha realizado esfuerzos sinceros por abrir la discusión, pero con muy poca receptividad, por parte de los canales, los usuarios y las universidades, temerosas siempre de mirar al presente. Sin estrategias de anticipación sólo nos quedará esperar a que el destino, una vez más, nos alcance.

■ **Aquiles Esté**
Comunicador Social

Notas y referencias bibliográficas

- 1 Giambatista Vico, *Principios de Una Ciencia Nova*, col. Os Pensadores, Sao Paulo, 1974, 33.
- 2 Con lo cual por cierto se pondría punto final a la tradicional fiscalización del Estado sobre las ondas hertzianas, ya que en rigor la emisión de productos audiovisuales por el Internet de banda ancha permite potencialmente el alcance de una audiencia global sin la necesidad de licencias especiales ni cortapisas de tipo administrativo. En la práctica, cabría la posibilidad muy concreta de "emitir televisión" desde nuestras casas hacia el resto del mundo y de elaborar nuestro propio portal de opciones.
- 3 En los Estados Unidos se ha determinado al año 2006 como el año del "apagón analógico" en televisión. En España la legislación habla del 2012.
- 4 Pérez de Silva, Javier. *La televisión ha muerto*, Barcelona, Gedisa, 2000.
- 5 No sabemos por cierto cuál será el lugar que ocupe este nuevo electrodoméstico en la arquitectura de la casa de familia. En lo inmediato la TV asegurará para sí los espacios referidos al entretenimiento y la diversión, así sea por Internet, mientras que el PC se verá casi estrictamente confinado a los espacios de trabajo.
- 6 Arnanz, Carlos M. *Negocios de Televisión-Transformaciones del valor en el modelo digital*, Barcelona, Gedisa, 2002.
- 7 El sistema europeo para TDT, el llamado DVB elaborado por la ETSI (European Telecommunications Standards Institute) ha sido adoptado en toda Europa, en Australia y en la India. Los expertos de CONATEL siguen muy de cerca lo que está sucediendo en Brasil, que como dijimos adoptó el patrón de ETSI. Así que no descartamos que en lugar de adoptar las normas japonesa (ISDB-T) o americana (ATSC), los venezolanos terminemos incorporando el protocolo europeo, lo que implicaría un cambio en nuestra tradición tecnológica para televisión.
- 8 A parte de los Estados Unidos, experiencias exitosas ya han tenido lugar en Inglaterra (país pionero 1996), Suecia, Alemania, España, Portugal, Italia y Finlandia.



*La evolución y el papel futuro
de la televisión pública sirve
de base para un análisis panorámico
de las transformaciones sufridas
por la cultura y la comunicación social
en el marco de las nuevas tecnologías.*

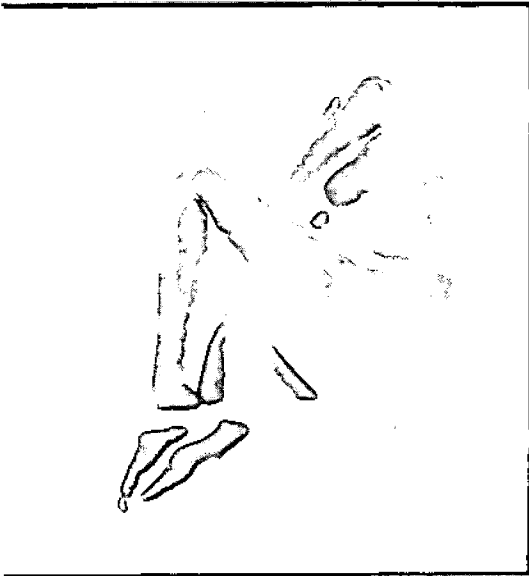
*Martín Barbero presta en este
trabajo, especial atención
a las condiciones de la modernidad
latinoamericana y de la construcción
de sus identidades culturales.*

■ **Jesús Martín Barbero**

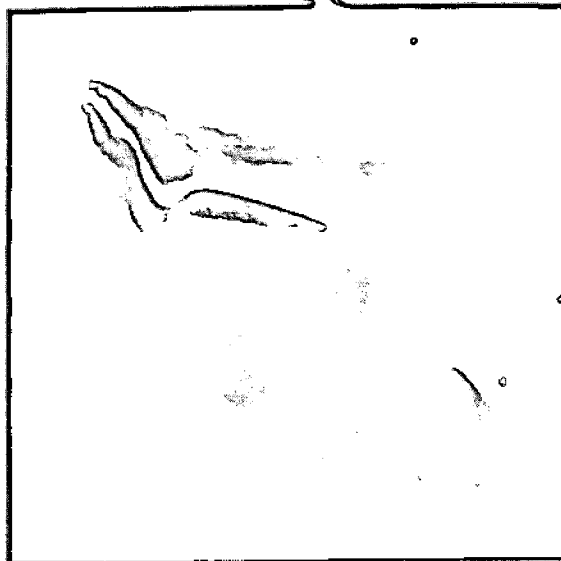
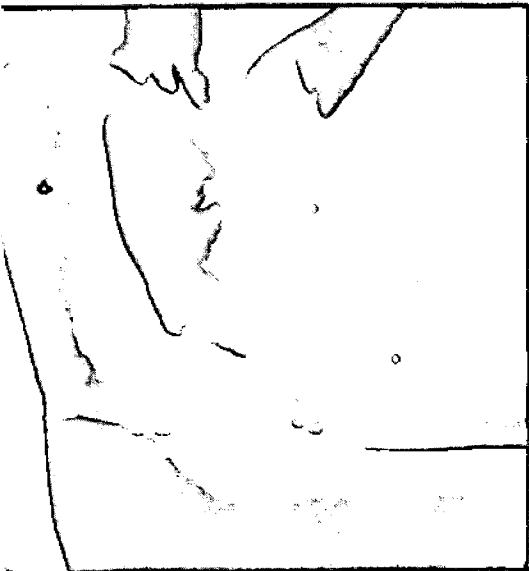
*¿A qué se puede
llamar hoy*



televisión pública?



Galería de Papel. Instalación y Video-art. Nan González.



A fines de los años setenta Richard Sennet, en un libro ya clásico, señaló que “el espacio público es ahora un área de paso, ya no de permanencia”¹. La metáfora de Sennet apunta al meollo de la mutación que lo público experimenta hoy, pues en una sociedad descentrada como la actual -en la que ni el Estado ni la Iglesia, ni los partidos políticos, pueden ya vertebrarla- y estructuralmente mediada por la presencia de un entorno tecnológico productor de un flujo incesante de discursos e imágenes, no puede resultar extraño que lo público se halle cada día más emborronado políticamente e identificado con lo escenificado en los medios, mientras el público -cada vez más lejano del pueblo- es identificado con sus audiencias, y éstas con el rating y los sondeos. Y sondeada -sometida a un montón de sondeos diarios- la sociedad pierde su conflictiva heterogeneidad reduciéndose a una pasiva existencia estadística.

Son las transformaciones mismas del sentido de lo público las que se hallan ligadas en buena parte a la mediación que los cambios tecnológicos operan en los modos como la política expresa las nuevas lógicas de la globalización económica. De un lado, las tecnologías telemáticas expanden los imaginarios legitimadores de una globalización neoliberal que, a su vez, intensifican la percepción inevitable de la devaluación que la globalización efectúa sobre el espacio/tiempo de lo nacional, hasta hace bien poco el único espacio de lo público. De otro lado, los movimientos de democratización desde abajo encuentran en las tecnologías -de producción como la cámara portátil, de recepción como las parabólicas, de post-producción como el computador y de difusión como el cable- la posibilidad de multiplicar las imágenes de nuestras sociedades desde lo regional a lo municipal e incluso lo barrial. Aunque para la mayoría de los críticos el segundo movimiento no puede compararse con el primero por la desigualdad de las fuerzas en juego, soy de los que piensan que minusvalorar la convergencia de las transformaciones tecnológicas con el surgimiento de nuevas formas de ciudadanía -lo que ya en solitario anticipara W. Benjamin al analizar las relaciones del cine con el surgimiento de las masas urbanas en su potencial de transformación- sólo puede llevarnos de vuelta al miope maniqueísmo que ha paralizado durante años la mirada y la acción de la inmensa mayoría de las izquierdas en el campo de la comunicación y la cultura. Claro que el sentido de lo local o lo regional en las televisiones por cable varía enormemente pues va desde el mero negocio hasta lo mejor de lo comunitario. Pero son nuevos actores los que en no pocos casos toman forma a través de esas nuevas modalidades de comunicación que conectan -rediseñándolas- las ofertas globales vía parabólicas y cable, con las demandas locales. Hay nuevas tensiones estratégicas que fuerzan a los medios a cambiar, tensiones entre su predominante carácter comercial y el surgimiento de nuevas figuras y expresiones de la libertad, entre su búsqueda de independencia y las condiciones que crean los procesos de globalización, entre sus tendencias a la inercia y las transformaciones que imponen los cambios tecnológicos y algunas nuevas demandas de los públicos.

También el sentido de los públicos² ha cambiado, es la transformación de la cultura de masas en una cultura segmentada,

“

**En los últimos años
los medios interpelan
y construyen una audiencia
que, aunque es masiva por
la cantidad de gente a la
que se dirige, ya no lo es
por relación a la uniformidad
y la simultaneidad
de los mensajes.**

”

que es la forma como la industria mediática asume que el público o la audiencia no designa a un ente indiferenciado y pasivo sino la diversidad de gustos y modos de consumir. En los últimos años los medios interpelan y construyen una audiencia que, aunque es masiva por la cantidad de gente a la que se dirige, ya no lo es por relación a la uniformidad y la simultaneidad de los mensajes. Cierto que hay homogeneización en nuestra sociedad pero ella, más que efecto de los medios, es condición de funcionamiento del mercado en general, pues los actuales modos de producción cultural de los medios van en la dirección de la fragmentación y especialización de las ofertas y los consumos. Ahora bien, la construcción de públicos que ha jugado, desde la prensa del siglo XIX, un papel democratizador en la sociedad al abrir el acceso de los bienes informativos y culturales a sectores diversos a las elites, adquiere hoy una marcada ambigüedad. Si la segmentación de públicos sigue, en cierta medida, teniendo un rol democratizador -como en el caso de las emisoras musicales que atienden demandas de los diferentes grupos de edad y de diversos tipos de gustos/consumos culturales- estamos sin embargo ante una fragmentación de la oferta que funcionaliza las diferencias socio-culturales a los intereses comerciales; esto es, tiende a construir solamente diferencias vendibles.

LA MEDIACIÓN DE LA “VISUALIDAD”

La cada vez más estrecha relación entre lo público y lo comunicable -ya presente en el sentido inicial del concepto político de publicidad en la historia trazada por Habermas- pasa hoy decisivamente por la ambigüedad, y muy cuestionada, mediación de la visualidad. Pues la centralidad ocupada por el discurso visual -de las vallas a Internet pasando por la televisión- es casi siempre asociada, o llanamente reducida, a un mal inevitable, a una incurable enfermedad de la política contemporánea, a un vicio proveniente de la decadente democracia norteamericana, o a una concesión a la barbarie de estos tiempos que tapan con imágenes su falta de ideas. Y no es que en el uso que de la imágenes hace la sociedad actual y la política haya no poco de todo eso, pero lo que necesitamos comprender va más allá de la denuncia, hacia lo que la mediación que la visibilidad produce hoy socialmente, único modo de poder intervenir sobre ese proceso. Y lo que en la hegemonía de las imágenes se produce es, en primer lugar, la salida a flote, la emergencia de la crisis que sufre, desde su interior mismo, el discurso de la representación. Pues si es cierto que la creciente presencia de las imágenes en el debate, las campañas y aun en la acción política, espectaculariza ese mundo hasta confundirlo con el de la farándula, los reinados de belleza o las iglesias electrónicas, también es cierto que por las imágenes pasa una construcción visual de lo social, en la que la visibilidad recoge el desplazamiento de la lucha por la representación a la demanda de reconocimiento.

Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías -las étnicas y las razas, las mujeres, los jóvenes o los homosexuales- demandan no es tanto ser representados sino reconocidos: hacerse visibles socialmente en su diferencia. Lo que da lugar a un modo nuevo de ejercer políticamente sus derechos. Y, en segundo lugar, en las imágenes se produce un profundo descentramiento de la política tanto sobre el sentido de la militancia como del discurso partidista. De ello son evidencia tanto las encuestas o sondeos masivos con los que busca legitimar el campo de la política como la proliferación creciente de observatorios y veedurías ciudadanas. Resulta bien significativa esta, más que cercanía fonética, articulación semántica entre la visualidad tecnológica, la visibilidad de lo social que posibilita la constitutiva presencia de las imágenes en la vida pública, y las veedurías como forma actual de fiscalización e intervención de los ciudadanos.

De otra parte, el vacío de utopías que atraviesa el ámbito de la política se ve llenado en los últimos años por un cúmulo de utopías provenientes del campo de la tecnología y la comunicación: “aldea global”, “mundo virtual”, “ser digital”, etc. Y la más engañosa de todas, la “democracia directa”³ atribuyendo al poder de las redes informáticas la renovación de la política y superando de paso las “viejas” formas de la representación por la “expresión viva de los ciudadanos”, ya sea votando por Internet desde la casa o emitiendo telemáticamente su opinión. Estamos ante la más tramposa de las idealizaciones ya que en su celebración de la inmediatez y la transparencia de las redes cibernéticas lo que se está minando son los fundamentos mismos de lo público; esto es, los procesos de deliberación y de crítica, al mismo tiempo que se crea la ilusión de un proceso sin interpretación ni jerarquía, se fortalece la creencia en que el individuo puede comunicarse prescindiendo de toda mediación social, y se acrecienta la desconfianza hacia cualquier figura de delegación y representación. Hay sin embargo en algunas de las proclamas y búsquedas de una “democracia directa” vía Internet, un trasfondo libertario que señala la desorientación en que vive la ciudadanía como resultado de la ausencia de densidad simbólica y la incapacidad de convocación que padece la política representativa. Tránsito libertario que apunta también, entre los jóvenes y las mujeres especialmente, la incapacidad de representación de la diferencia en el discurso de la desigualdad, mientras los medios y las redes electrónicas se están constituyendo en mediadores de la trama de imaginarios que configura la identidad de los jóvenes y los géneros, las ciudades y las regiones, vehiculando así la multiculturalidad que hace estallar los referentes tradicionales de la identidad.

EL DEBATE SOBRE EL FUTURO DE LA TV PÚBLICA

A diferencia de los Estados Unidos, que salen de la segunda guerra mundial con un sistema social y una cohesión nacional fortalecidas, los países de la Europa dividida -Italia, Alemania, en menor grado Francia y casi sin traumas Inglaterra- se encuentran necesitados de restaurar la unidad nacional y la televisión vendrá a proporcionar un instrumento precioso de interpelación de las mayorías y de convocación a reconstruir el consenso y la identidad nacional⁴. La primera televisión pública se ha-

“

Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías -las etnias y las razas, las mujeres, los jóvenes o los homosexuales- demandan no es tanto ser representados sino reconocidos: hacerse visibles socialmente en su diferencia.

”

llará marcada en Europa por una concepción elitista y un sesgo fuertemente voluntarista: los intelectuales y artistas creen saber lo que las masas necesitan y con ello recrean la cultura nacional. Y hasta mediados de los años setenta en que se inicia el proceso de desregulación, el modelo público ofrecerá buenos resultados tanto desde el punto de vista cultural como en el plano político y económico. En esos años se inicia el cambio de rumbo ideológico/económico que empieza a erosionar la estabilidad del Estado del bienestar y por tanto el consenso entre estado y sociedad. La televisión va a sufrir muy pronto las tensiones que derivan del nuevo clima político. Sólo unos pocos años antes hace aparición en Estados Unidos la “televisión de servicio público” pero bajo un modelo peculiar: local y educativo⁵.

La desregulación/privatización de la televisión en Europa va a producir muy pronto un nuevo escenario en el que la televisión pública pierde mucha de su audiencia y sobre todo su sentido de proyecto cultural nacional⁶. Al ser puesta a competir con los canales privados por la “tarifa publicitaria” y por tanto por el rating, la TV pública se verá atrapada en una cruda paradoja: o hacer una programación cada día más parecida a la de la TV privada -en base a géneros de máxima audiencia como concursos gigantescos y millonarios o talk show- o a una programación culturalmente para minorías exqui-

tas. Por ambos lados una gran parte de su audiencia se siente estafada: ¿por qué seguir subvencionando con dineros públicos una televisión “igualmente frívola y barata” como la privada, o por qué subvencionar una televisión “cara” sólo para las minorías cultas de siempre? Cuestiones que ha venido a reforzar la oferta segmentada y directa de satélite a antena doméstica o por cable, para quienes pueden suscribirse, de canales enteros con una programación cultural de calidad o de entretenimiento diversificado.

Para los iluminados de siempre, ahora convertidos al profetismo apocalíptico, ha llegado el momento de deshacerse de la costosa y falaz juntura de TV con cultura y que el Estado apague de una vez por todas la televisión. Y de que las masas tengan lo que gustan y merecen: diversión, ruido, luz y bulla! Y sin embargo, tanto desde dentro de la institución televisiva pública como desde el ámbito de la crítica y la investigación, se apuesta por una reconstrucción del proyecto público de televisión que, haciéndose cargo de las nuevas condiciones de producción y oferta, de las innovaciones tecnológicas y las reconfiguraciones de la audiencia, ofrezca reconocimiento y expresión a la diversidad cultural de que está hecho lo nacional, represente la pluralidad ideológico-política, promueva una información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales. Pues justamente por la fragmentación que introduce el mercado se hace más necesaria una televisión que se dirija al conjunto de los ciudadanos de un país, que contrarreste en la medida de lo posible la balcanización de la sociedad nacional, que ofrezca a todos los públicos un lugar de encuentro, así sea cambiante y precario, que permita a los que lo quieren poder enterarse de lo que gusta a la mayoría cuando ésta no se define por el rasero del rating sino por algunos gustos y lenguajes comunes, como los que proporcionan ciertos géneros televisivos en los que convergen matrices culturales y formatos industriales.

En América Latina -mucho más cerca de Estados Unidos que de Europa, aunque culturalmente fuera lo contrario- las televisiones nacieron estatales más que públicas y muy pronto, en cuanto se expande el número de receptores entre la población, se privatizan, entrando a depender masivamente de la industria norteamericana no sólo en programación sino en el modelo de producción. Con algunas pocas excepciones -el modelo mixto en Colombia, los canales encomendados a las universidades

en Chile- lo que se van a llamar canales culturales han sido un mero instrumento del estado, cascarón culturalmente vacío y sin casi producción propia, que se llena con regalos de las embajadas o con programas del servicio público de la televisión norteamericana. Sólo en los últimos años, experiencias como las del TV Cultura en São Paulo, el Canal 22 en México o Señal Colombia, replantean el viejo modelo reinventando a la vez el sentido de lo cultural y lo público en televisión, pero estamos ante excepciones que reman contracorriente. Y sin embargo el debate sigue abierto, tanto en el plano de la búsqueda de formas que posibiliten la autonomía institucional en tiempos en que el poder ejecutivo disfraza tentaciones autoritarias con proteccionismo, y el legislativo es presa descarada de intereses partidistas que oscurecen la defensa del colectivo nacional o regional, como en el plano de la redefinición de lo cultural cuando a lo que esa categoría alude no es sólo a ciertas prácticas y productos sino a dimensiones y atmósferas que se expresan en el lenguaje antropológico sin perderse en la generalidad, como cuando se habla de culturas de la salud, cultura política o científica o de género, o cuando se habla de nuevas identidades y sensibilidades.

ALGUNOS RASGOS QUE HACEN LA DIFERENCIA DE LA TV PÚBLICA

Es pública aquella televisión que interpele al público -incluido el consumidor- en cuanto ciudadano. Ha sido paradójicamente en pleno imperio del neoliberalismo económico cuando las democracias latinoamericanas se han dado -a través de nuevas constituciones o reformas parlamentarias- el apelativo y el proyecto de ser participativas. Y bien, pocas arenas son hoy más estratégicas para hacer verdad ese proyecto que la que puede ofrecer la televisión pública. Pues sin caer en oposiciones maniqueas entre consumidor y ciudadano -que han sido lúcidamente criticadas por N. García Canclini⁷- a lo que no podemos sin embargo renunciar es a distinguirlos. Y es justamente el ámbito de la cultura -la negación a aceptar que televisión sea un ámbito de cultura es hoy una de las marcas más precisas del apocalipsis elitista- el que se está convirtiendo en espacio de reconstitución de lo público, y ello en la medida en que crecientemente por la cultura pasa el ejercicio de estrategias de exclusión pero también de empoderamiento ciudadano. La televi-

66

La desregulación/privatización de la televisión en Europa va a producir muy pronto un nuevo escenario en el que la televisión pública pierde mucha de su audiencia y sobre todo su sentido de proyecto cultural nacional.

99

sión pública resulta siendo hoy un decisivo lugar de inscripción de nuevas ciudadanías en las que adquiere rostro contemporáneo la emancipación social y cultural. Así las políticas de reconocimiento⁸ que ponen en evidencia la dificultades que atraviesan las instituciones liberal-democráticas para acoger las múltiples figuras de ciudadanía que, desde la diversidad sociocultural, tensionan y desgarran a nuestras institucionalidades al tiempo que no encuentran forma alguna de presencia que no sea la denigrante o excluyente en la mayoría de la programación y la publicidad de las televisiones privadas. Esa desgarradura sólo puede ser suturada con una política de extensión del derecho de ciudadanía a todos los sectores de la población que han vivido por fuera de la aplicación de ese derecho⁹, como las minorías étnicas o las mujeres, los evangélicos o los homosexuales. Frente a la ciudadanía de "los modernos" que se pensaba y se ejercía por encima de las identidades de género, de etnia, de raza o de edad, la democracia está necesitada hoy de una idea y un ejercicio ciudadanos que se hagan cargo de las identidades y las diferencias.

La interpelación que convoca/forma ciudadanos y el derecho a ejercer la ciudadanía hallan uno de sus lugares propios en la televisión pública, convertida así en ámbito de participación y expresión. En medio de la experiencia de desarraigo que viven tantas de nuestras gentes a medio

camino entre el universo campesino y un mundo urbano cuya racionalidad económica e informativa disuelve sus saberes y su moral, devalúa su memoria y sus rituales, hablar de participación es juntar inextricablemente el derecho al reconocimiento social y cultural con el derecho a la expresión de todas las sensibilidades y narrativas en que se plasma a la vez la creatividad política y cultural de un país.

El carácter público de una televisión se halla decisivamente ligado a la renovación permanente de las bases comunes de la cultura nacional. Es lo que los historiadores ingleses llaman "common culture"¹⁰, que es aquel fondo de memoria, calendario de hechos, tradiciones y prácticas, permanentemente necesitado de su reconstrucción en lenguajes comunes. Claro que el déficit de nuestros países en cultura del común es muy difícilmente superable, pues la historia de las exclusiones que han marcado la formación y desarrollo de los Estados-nación en Latinoamérica tiene en la cultura uno de sus ámbitos más profundos. Fuera de la nación representada quedaron los indígenas, los negros, las mujeres, todos aquellos cuya diferencia dificultaba y erosionaba la construcción de un sujeto nacional homogéneo. De ahí todo lo que las representaciones fundacionales tuvieron de simulacro: de representación sin realidad representada, de imágenes deformadas y espejos deformantes en los que las mayorías no podían reconocerse. El olvido que excluye y la representación que mutila están en el origen mismo de las narraciones que fundaron estas naciones. De ahí la necesidad ineludible de reconstituir el pacto fundacional mediante un proyecto político de democracia cultural radicalmente incluyente de todos los sujetos ciudadanos tanto tradicionales como nuevos. Y el escenario en que ese pacto puede adquirir su mayor visibilidad y reconocimiento es en la televisión común reconstruida como verdadero espacio público.

CONTAR LAS IDENTIDADES CULTURALES

Estamos pues necesitados, como nos lo recuerda constantemente Carlos Monsivais, de desplazar la mirada sobre la configuración de lo nacional, para otearla desde lo popular en su carácter de sujeto integrador, esto es de actor en la construcción de una nación que creían haber construido solos los políticos y los intelectuales. De parte del populacho, la nación "ha implicado la voluntad de asimilar y reha-

cer las 'concesiones' transformándolas en vida cotidiana, la voluntad de adaptar el esfuerzo secularizador de los liberales a las necesidades de la superstición y el hacinamiento, el gusto con que el fervor guadalupano utiliza las nuevas conquistas tecnológicas. Una cosa por la otra: la Nación arrogante no aceptó a los parias y ellos la hicieron suya a trasmano¹¹. Pero el pueblo de que habla Monsivais es el que va de las soldaderas de la revolución a las masas urbanas de hoy, y lo que ahí se trata de comprender es ante todo la capacidad popular de convertir en identidad lo que viene tanto de sus memorias como de las expropiaciones que de ella hacen las culturas modernas.

Finalmente, un tercer rasgo de la televisión pública es la recreación audiovisual de los relatos en que se dice la cultura común. En Latinoamérica ha sido a partir de los años 80 cuando los llamados "estudios culturales" han comenzado a investigar las relaciones entre nación y narración¹². Y sin embargo la relación de la narración con la identidad cultural no es sólo expresiva sino constitutiva, o mejor constructiva: no hay identidad cultural que no sea contada¹³. La polisemia del verbo contar no puede ser más significativa: para que la pluralidad de las comunidades culturales de que está hecha la cultura común de un país sea políticamente tenida en cuenta es indispensable que nos pueda ser contada, narrada. Contada en cada uno de sus idiomas y al mismo tiempo en el lenguaje multimedial que hoy los atraviesa mediante un doble movimiento: el de las traducciones -de lo oral a lo escrito, y de ambos a lo audiovisual- y ese otro aún más ambiguo pero igualmente constructivo que es el de las apropiaciones y los mestizajes, el de las hibridaciones.

Si ya no se escribe ni se lee como antes es porque tampoco se puede ver ni representar como antes. Pues la visualidad electrónica ha entrado a formar parte constitutiva de la visualidad cultural, esa que es a la vez entorno tecnológico y nuevo imaginario "capaz de hablar culturalmente -y no sólo de manipular tecnológicamente-, de abrir nuevos espacios y tiempos para una nueva era de lo sensible"¹⁴. Los imaginarios populares se reencuentran en las imaginерías electrónicas de la televisión mediante un cruce de arcaísmos y modernidades no comprensible

“

Frente a la ciudadanía de "los modernos" que se pensaba y se ejercía por encima de las identidades de género, de etnia, de raza o de edad, la democracia está necesitada hoy de una idea y un ejercicio ciudadanos que se hagan cargo de las identidades y las diferencias.

”

si no es desde los nexos que enlazan las sensibilidades a un orden visual de lo social en el que las tradiciones se desvían pero no se abandonan, anticipando en las transformaciones visuales experiencias que andan a la búsqueda de lenguaje. La complicidad entre oralidad y visualidad no remite en Latinoamérica a los exotismos de un analfabetismo tercermundista sino a "la persistencia de estratos profundos de la memoria y la mentalidad colectiva sacados a la superficie por las bruscas alteraciones del tejido tradicional que la propia aceleración modernizadora comporta"¹⁵. Es de esas profundas transformaciones en la cultura cotidiana de las mayorías de las que debe hacerse cargo una televisión en la que lo público deje de remitir a las componendas politiqueras de los partidos de gobierno para significar un ámbito vital de la percepción y la participación ciudadana.

■ **Jesús Martín Barbero**
Autor de varios libros
sobre el papel de los medios,
entre los cuales destaca
De los medios a las mediaciones.
Actualmente reside en México.

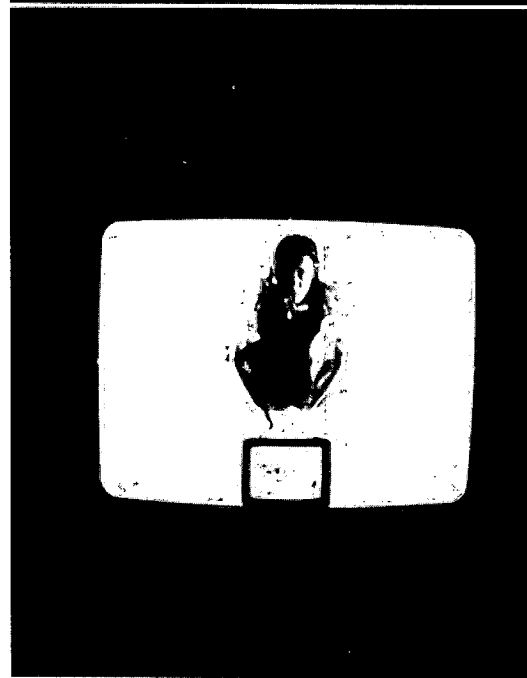
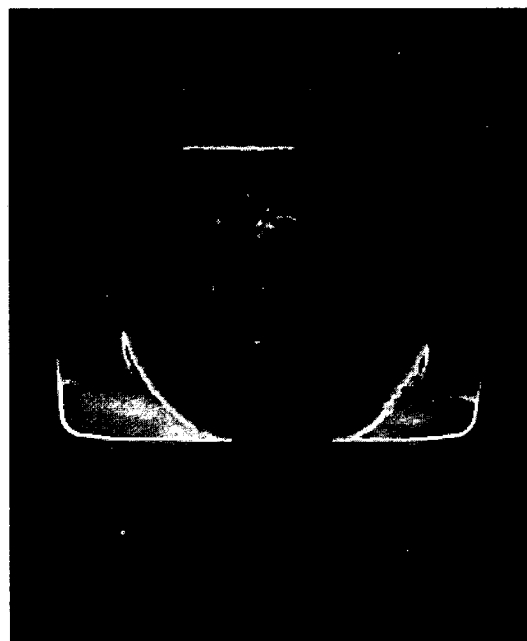
Notas y referencias bibliográficas

- 1 R. Sennet, *El declive del hombre público*, pg. 23, Peñínsula, Barcelona, 1978
- 2 N. García Canclini (coord.), *Los nuevos espectadores: cine, televisión y vídeo en México*, Coaculta/Imcine, México, 1994
- 3 O. Monguin, "De la méfiance des intellectuels envers la démocratie a l'utopie de la communication", en *Face au scepticisme*, Hachette, Paris, 1995
- 4 E. Bustamante, "La televisión desregulada" y "La televisión pública" en *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, pgs. 46-72, Gedisa, Barcelona, 1999
- 5 M. Raboy (comp.), *Public Broadcasting for the 21 st Century*, John Libbey-University Luton Press/Kent, 1995
- 6 G. Bettetini / Ch. Giaccardi (Coord.), *Televisione culturale e servizio pubblico. Gli anni '90 in Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia*, RAI-ERI, Roma, 1997; ver también: G. Bechelloni, *Televisione come Cultura*, Liguori, Napoli, 1995
- 7 N. García Canclini, *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México, 1991
- 8 Ch. Taylor, *Multiculturalismo. Lotte per il riconoscimento*, Feltrinelli, Milan, 1998
- 9 E. Laclau, *Emanipación y diferencia*, pgs. 46 y ss., Ariel, Buenos Aires, 1996
- 10 R. Williams, *Culture and Society 1780-1950*, Penguin, Londres, 1976; del mismo autor: *The Long Revolution*, Penguin, Londres, 1980
- 11 C. Monsivais, "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares", *Cuadernos políticos* núm. 30, pg.38, México, 1981
- 12 A ese propósito el libro inaugural: H. Bhabha (ed.), *Nation and Narration*, Routledge, London, 1990, donde ya aparecen algunos textos sobre esta temática en América Latina, ver también: Susana Rotker (Dir.), *Siglo XIX: Fundación y fronteras de la ciudadanía*, núm. 178-179, especial, Revista Iberoamericana, University of Pittsburgh, 1997
- 13 José M. Marinas "La identidad contada", *Destinos del relato al fin del milenio*, pgs. 75-88. Archivos de la Filmoteca, Valencia, 1995
- 14 A. Renaud, *Vídeo culturas de fin de siglo*, pg. 18, Cátedra, Madrid, 1980
- 15 G. Marramao, "Metapolítica: más allá de los esquemas binarios acción/sistema y comunicación/estrategia", in X. Palacios y F. Jarauta (eds.), *Razón, ética y política*, pg. 60, Anthropos, Barcelona, 1989

El caso europeo

Dos tendencias aparentemente dicotómicas han rondado en torno a los medios. Por una parte, el pensamiento global presenta, con la ayuda de las nuevas tecnologías, una total ruptura del paradigma de la proxémica. De esa forma, no importa que tan lejos estén los sujetos implicados en la comunicación, pues la red les permite un intercambio inmediato por medio del flujo binario y la interfaz de Internet. Por otra parte, los Estados han fortalecido en sus políticas los procesos de regionalización de las comunicaciones, como una vía de afianzar el arraigo a la tierra. Aguirre retoma la perspectiva de la "glocalización" de Roland Robertson, que explica la integración de lo local y lo global, para mostrar un panorama de la regionalización de las industrias de la televisión en Europa.

■ **Jesús María Aguirre**



La regionalización del espacio televisivo

En la disputa sobre las ventajas e inconvenientes de la globalización se ha hecho presente la aparente antinomia entre la lógica centrífuga de la expansión de los medios de difusión y la centrípeta de su localización.

Decimos aparente porque se ha manejado a veces el supuesto que los medios de proximidad pertenecen a las sociedades tradicionales y los medios masivos a las sociedades modernas ya urbanizadas. Parecía que a medida que los Estados-Nación crecían demográficamente o se interrelacionaban a nivel internacional encontraban las respuestas tecnológicas a los problemas comunicativos incrementando el radio de acción o la cobertura de los medios, siempre bajo la lógica lineal de una economía de escala.

El objetivo mercantil de la captación de masas de consumidores o la estrategia política de los cotos de influencia internacional reforzaban la misma dinámica expansiva hacia espacios más amplios, incluso de las fronteras nacionales.

Las propuestas de regionalizar o localizar los medios respondían más bien a impulsos políticos de los gobiernos centrales para cohesionar la población e inducir una cultura nacional homogeneizada, mientras las industrias culturales valoraban con cierta displicencia tales empeños sea por su bajo potencial económico o sea por su carácter cultural regresivo. En fin, el miedo de los Estados por el desmembramiento ha estado más presente en esta evolución que la conciencia creciente de las industrias culturales sobre el valor agregado de la diversificación. Todo el debate concierne a la creación de los Estados-Na-

ción, así como su regionalización ha estado cabalgando hasta hoy sobre la determinación de las fronteras geográficas, étnicas e histórico-culturales, que condicionan los flujos de interacción societaria.

Ha habido, sin embargo, un conjunto de factores menos pragmáticos que han obligado a repensar el problema de la regionalización espacial de los medios, no ya como un reto para superar las distancias geográficas o resguardar las fronteras políticas, sino como una necesidad de adecuación de las sociedades a una ecología humana de la comunicación.

A medida que en el campo político y administrativo se han ido desarrollando teorías y doctrinas para la gestión de los espacios humanos, también se han ido esbozando, aunque con rezago, algunas directrices conceptuales sobre la incidencia del espacio-tiempo en las comunicaciones sociales.¹

Veamos algunos avances conceptuales que han contribuido a esclarecer la confusión terminológica actual para extraer después algunas experiencias del proceso europeo, sin duda el más paradigmático en lo que se refiere a la regionalización mediática.

ECOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Proxémica, distalidad y regionalización

Cuando la ecología de la comunicación se plantea analizar estadísticamente los medios de comunicación en el interior de un conjunto disperso por un territorio se ve abocada a buscar las correlaciones entre transacciones y nodos territoriales. Entre sus verificaciones está la constatación de que

a medida que crecen las aglomeraciones urbanas hay una disminución de la vida social y de la interacción humana de carácter carismático por el esfuerzo requerido para superar las barreras espaciales (transporte, aparcamiento, líneas telefónicas...) y por la desviación de energía hacia transacciones funcionales, vinculadas más al trabajo que al vecindario.

Si bien las transacciones telefónicas facilitaron la telepresencia e incluso compiten con la comunicación personal cara a cara en determinadas dimensiones, también es cierto todavía que, salvo excepciones, la frecuencia de su uso es menor cuanto mayor es la distancia.

Es decir, que las relaciones lejanas se ven necesariamente gravadas por un impuesto-esfuerzo frente a las relaciones próximas, costo que no sólo se traduce económicamente sino también psicológicamente.

Esta apreciación del perspectivismo espacial es lo que ha llevado a enunciar el axioma central de la ciencia de la proxémica, según el cual: "todas las cosas iguales -hechos, fenómenos, seres o objetos- tienen menor resonancia cuanto más lejos se hallan de un punto de referencia, que los filósofos llaman 'punto Aquí', y cuya percepción psicológica por el individuo, situado aquí y ahora, corresponde a la noción de *Umwelt* o entorno".²

La antropología cultural adoptó también desde su propia visión disciplinar el estudio del uso que hace el hombre del espacio como un aspecto de la cultura, tal como lo hace Edward Hall (1966, 1978)³ en sus análisis de la distancia en la conversación, en el diseño y utilización de los espacios interiores e incluso en la planificación urbana.

La cuestión del espacio no solamente comporta variaciones físicas entre los actores comunicativos, sino también simbólicas por su pregnancia significativa en las interacciones sociales y, en general, culturales. Su implicación en la construcción de los medios simbólicamente generalizados ha sido particularmente destacada por sociólogos como K. Deutsch, N. Luhmann y A. Giddens, ya que los sistemas de valores impulsores de la motivación e integración social -patriotismo, autonomía, ciudadanía, democracia, solidaridad...- se activan socialmente sobre la base de las autoreferencias y representaciones que los actores sociales construyen respecto de su entorno.

Así Deutsch, al referirse a la autonomía cultural, clave en la relación entre nacionalismo y medios de comunicación afirma:

*No puede divorciarse de la autonomía personal, local regional, u ocupaciones de los seres humanos; cada paso en el trágico ascenso de la violencia nacionalista durante nuestro siglo nos ha enseñado que los individuos no luchan simplemente por una abstracta 'autonomía cultural' sino por algo que afecta al verdadero sistema de su existencia y a los lugares y regiones donde se viven esas vidas.*⁴

Digamos, pues, que los discursos que descalifican la regionalización como una antigualla, superada por la globalización, viven en una burbuja política, no muy distinta de la nueva economía virtual que ha estallado al principio del tercer milenio.

El enigma de Internet

Internet, la forma evolucionada de la comunicación en red, ha supuesto un hiato en el pensamiento basado en la adecuación entre proximidad y frecuencia comunicativa, ya que ni la distancia ni el costo técnico parecen ser ya obstáculos para los deseos de interacción.

Las redes telefónicas prefiguran un nuevo ambiente, que expertos como Javier Echeverría denominan Tercer Entorno E3 por cuanto difiere tanto del Primer Entorno E1 "natural", como del Segundo Entorno E2 "urbano".

Este Tercer Entorno, que en adelante llamaremos E3, siguiendo al autor, viene posibilitado principalmente por artefactos artificiales: teléfono, radio, televisión, dinero electrónico, redes telemáticas, multimedia e hipertexto, cuya conjunción en Internet posee múltiples funciones mediáticas. En efecto, por Internet podemos establecer relaciones de comunicación, de información, de memorización, de pro-

66

Digamos, pues, que los discursos que descalifican la regionalización como una antigualla, superada por la globalización, viven en una burbuja política, no muy distinta de la nueva economía virtual que ha estallado al principio del tercer milenio.

99

ducción, de intercambio comercial, de entretenimiento y, en general, de interacción humana en forma virtual y a distancia.

Las comunicaciones en los entornos E1 y E2 están enormemente condicionadas por la distancia y gran parte de las acciones son "proximales", aunque los inventos técnicos han ampliado el radio de acción de los seres humanos y los mismos medios, como anticipara Mc Luhan se han ido convirtiendo en extensiones de los sentidos.

La "distalidad", anglicismo usado para oponer a la "proximidad" o "proximalidad"⁵, define la distancia entre un agente *A* y el objeto *O* de intervención o también entre actores sociales en comunicación, que canónicamente se suelen designar Emisor *E* y Receptor *R*.

La regionalización de Internet ha puesto de nuevo en discusión la ley proxémica de que el número de transacciones del ser humano decrece casi necesariamente con la distancia y ha planteado la cuestión de los cambios civilizatorios en un ambiente donde el costo de las transacciones no varía con la distalidad.⁶

Si la distancia electrónica, típica del Tercer Entorno, es salvada casi a la velocidad de la luz qué nuevo sentido adquiere el espacio en la construcción de los escenarios sociales, donde el costo de tal variable se reduce y además la vecindad se diluye.

Por otra parte cuando nos aproximamos a una saturación de los flujos por la opulencia de las comunicaciones en red,

qué usos y qué reglas de uso se aplicarán en la configuración de los nuevos conjuntos sociales, en que las fronteras no vienen marcadas por límites territoriales o zonificaciones urbanas.

Se ha insistido en el carácter desterritorializado de E3 hasta el punto de sobreestimar las tendencias de la globalización con la superación de los ámbitos nacionales y regionales como si por un salto mágico de la tecnología se hubieran borrado los anteriores entornos E1 y E2. Pero este espejismo, simplificado particularmente en el debate sobre la antinomia entre lo global y lo local, no ha precisado las imbricaciones entre los tres entornos, ni los diversos ritmos entre sociedades y culturas.

Roland Robertson tuvo que crear el neologismo de "glocalización", justamente para superar la falsa dicotomía y defender la tesis de que lo global y lo local no se excluyen mutuamente (Robertson, 1992)⁷. Así también como advierte Javier Echeverría la tendencia a la globalización y a la superación de las fronteras, inherentes al Tercer Entorno todavía no es más que una posibilidad tecnológica, expansiva ciertamente en el ámbito de las telecomunicaciones, pero no integral, y el cosmopolitismo, aun teniendo en cuenta las migraciones internacionales, no es todavía la regla, sino la excepción.

Por otra parte esta tendencia a la globalización, acompañada de la desterritorialización, no implica la desaparición de las transacciones más frecuentes de los demás entornos y más aún se adapta aprovechando las potencialidades de lo local. Precisamente uno de los errores que han incidido en el estallido de la burbuja de la nueva economía y de las empresas "punto.com" ha sido la sobreestimación de las transacciones del Tercer Entorno, es decir su acelerado crecimiento y autarquía, respecto a las anteriores, regidas por la economía neoclásica.

EL CASO DE LA TELEVISIÓN EUROPEA

Diversidad nacional y cultural

Si admitimos que las tecnologías no generan espacios sociales por sí mismos, si bien pueden posibilitar espacios comunicativos de estructura distinta, es fundamental considerar no solamente las propiedades y virtualidades de las nuevas tecnologías, sino los procesos de regionalización en los que se enmarcan las mismas a partir de decisiones económico-políticas y culturales.

El caso europeo de la regionalización televisiva es ilustrativo de las recomposiciones que se están operando en la era digital dentro y fuera de las fronteras. Aunque este proceso ha estado ligado estrechamente a los lineamientos de las políticas públicas de comunicación y al establecimiento de los sistemas de radiodifusión de servicio público, tan sólo nos centraremos en las particularidades de las televisiones de los conjuntos sub-estatales.

En primer lugar hay que tener en cuenta que los sistemas televisivos europeos surgieron a partir de la iniciativa de los Estados-Nación y que la valoración de la entidad sub-estatal de la región es una característica de nuestro tiempo.

Los conflictos políticos derivados de la descentralización han contaminado de tal manera este proceso que los críticos de la regionalización reducen la misma a un giro nostálgico para la recuperación de los nacionalismos y/o regionalismos del siglo XVIII y XIX. Pero los avances históricos, geográficos y demográficos han ido enfatizando el valor de las regiones como espacios privilegiados no sólo para la planificación territorial de los entornos primero y segundo, sino para la optimización de los recursos de E3 en los espacios culturales.

La región es una realidad cada vez más reconocida en las Constituciones europeas y de cara al futuro la balanza se inclina a favor de la potenciación de la misma como entidad gestora de una parte importante de los recursos culturales.⁸

Hasta el presente la relación entre la entidad sub-estatal y la internacional o supra-estatal se ha realizado, salvo excepciones, por medio del Estado central. A pesar de la decisión del 24 de junio de 1988 por la que en el Parlamento Europeo existen representantes regionales para atender la cuestión de los fondos estructurales, no se da cauce a las regiones en lo que respecta al problema de las identificaciones básicas. Esa desconexión de carácter eminentemente político se trató de subsanar al considerar en otro ámbito la dimensión humana de la Unión.

En la Conferencia sobre Seguridad y la Cooperación se concluía que "las personas pertenecientes a minorías nacionales tienen el derecho de expresar, preservar y desarrollar su cultura en todos sus aspectos, libres de cualquier tentativa de asimilación contra su voluntad".⁹

La posible ampliación de la Unión Europea a partir de los quince Estados actuales que la componen vuelve enormemente complejo el panorama futuro, especial-

“

La región es una realidad cada vez más reconocida en las Constituciones europeas y de cara al futuro la balanza se inclina a favor de la potenciación de la misma como entidad gestora de una parte importante de los recursos culturales.

”

mente desde el punto de vista cultural y lingüístico (véase el Gráfico adjunto).

Todos los Estados-nación han tratado de consolidar en principio su integración recurriendo a los mecanismos educativos (escuela básica obligatoria...) y comunicacionales (radiodifusión pública estatal...)¹⁰ En los últimos años se ha ido pasando paulatinamente de las políticas culturales y de comunicación sobre todo televisivas a disposiciones descentralizadoras.

En este proceso han coincidido las medidas políticas de la integración europea con los cambios tecnológicos de la revolución digital y las estrategias de regulación/privatización mundiales

A comienzos del nuevo milenio cabe recoger los primeros resultados de una dinámica en que ni la hipótesis del determinismo tecnológico con la avasallante homogeneización, impuesta por las transnacionales, ni la del control político de los Estados-Nación con sus cotos culturales protegidos, dan razón de la multiplicidad de modelos y experiencias.

Multiplicidad de modelos

En la siguiente exposición hemos tenido, especialmente en cuenta, los recientes estudios sobre la televisión de proximidad, realizados en Europa entre 1999 y 2001 para mostrar las tipologías de regionalización que han prevalecido, así como los factores inductores de la misma.¹¹

En esta clasificación entendemos operativamente por regionalización el proceso de delimitación de los Estados-Nación en divisiones territoriales sub-estatales a partir de criterios institucionales geográfico-políticos. Obvia decir que la demarcación de estas fronteras está sometida a la polémica, debida a las características de las divisiones, sean éstas étnicas, histórico-sociales y culturales... y que éstas pueden variar en escala y o recorrido en el tiempo.

Sin embargo, toda regionalización, sincrónicamente considerada denota los

COBERTURA	ESPECÍFICAMENTE REGIONAL	SUPRARREGIONAL: NACIONAL INTERNACIONAL	LOCAL/REGIONAL
PRODUCCIÓN/ DIFUSIÓN		Generalmente operan vía satélite	
DELEGADA	ERT (Grecia) RTP (Portugal)		
DESCENTRALIZADA	TVE (España) RAI (Italia) ORF (Austria)		
DESCONECTADA REGIONALMENTE	BBC (Scotland/Wales) TVE Canarias TVE Cataluña		
FEDERADA / AUTONÓMICA	TV-Länder(Alemania) Channel 3 ITV (R.U.) Autonómicas(España) Omrop F (Holanda)	West 3, MDR3 Bayern 3 (Alemania) Autonómicas(España)	
LOCAL			Télé Lyon (Francia) Rete 7 Bologne (Ital.)

modos en que la organización espacio-temporal de sedes se ordena en el interior de sistemas sociales más amplios.

Aunque en la literatura sociológica (Hägerstrand, Giddens, Sinclair...) recalcan que se trata de un proceso caracterizado por la naturaleza de la disponibilidad de presencia en diversas dimensiones y relativa al espectro de los escenarios considerados (nacionales, internacionales...), históricamente los Estados-nación europeos han impuesto una regionalización centro-periferia a partir de las sedes políticas dominantes.

De ahí que las principales variables de una matriz de doble entrada sean la ubicación de las sedes de producción/difusión de los medios televisivos y las coberturas, determinadas por la potencia, frecuencia y direccionalidad, que a su vez están reguladas por las concesiones de los centros político-administrativos. En el cuadro se ofrece una tipología con ejemplos ilustrativos.

TIPOLOGÍA DE EXPERIENCIAS DE TV. REGIONALIZADAS

A partir de la época de implantación de la televisión pública en Europa desde las sedes gubernamentales y siguiendo la configuración centralista o federal, se fueron constituyendo delegaciones informativas, sometidas a las directrices de la sede central de la cadena. El tipo de *producción delegada*, cuyo ejemplo más notorio son la ERT en Salónica (Grecia) y RTP en Oporto (Portugal), una vez establecidas las cadenas centralizadas, ha sido residual respecto al modelo prevaleciente de los centros regionales, que dependen de una televisora nacional.

Este segundo modelo de *televisión descentralizada* se ha denominado así porque se producen y difunden programas, generalmente informativos, que se emiten para cada región. Así ocurre en la TVE de España, la RAI de Italia, TV2 de Dinamarca y ORF de Austria, entre otras.

La *desconexión regional* supuso un avance al ofrecer un horario de la parrilla más prolongado y, sobre todo, más diversificado en programas, que atañen al entorno próximo. Televisoras como la BBC Scotland y BB Wales en el Reino Unido y TVE Canarias en España operan con ese modelo.

Las televisiones basadas en configuraciones políticas *federadas o autonómicas*, salvadas las distinciones administrativas, funcionan comúnmente con independencia respecto de otros sistemas y producen y difunden programaciones específicas para sus länders o comunidades autonómicas respectivas. Cabe también incluir en este modelo los canales regionales privados al estilo de Channel3 del Reino Unido, ya que incluyen las características de radicación regional y emisiones específicas sub-estatales.

Por fin, las *televisiones locales*, cuya señal puede desbordar la zona de influencia original, pueden considerarse también por extensión como regionales. La expansión de los núcleos urbanos y las conurbaciones han ido dando lugar a canales como Télé Lyon Métropole en Lyon (Francia), Rete 7 en Bologna (Italia), Puls TV en Berlín (Alemania), etc.

Cabe señalar que esta clasificación orientativa adolece de varias insuficiencias, a raíz particularmente de las transformaciones tecnológicas derivadas de la transmisión digital vía satélite, pues hoy todas las emisiones, anteriormente direc-

cionales respecto a una zona, son susceptibles de redistribuirse supraregionalmente o a través de las fronteras, tratando de alcanzar a las diásporas de las comunidades regionales.

Incluso por el simple desbordamiento de la señal múltiples televisiones regionales son captadas en regiones fronterizas, que a menudo comparten similitudes culturales. Este fenómeno tiene particular relevancia en los Países Bajos (Benelux) y en las Comunidades Autónomas del Estado español. Así tenemos que el concepto de regionalización territorial queda desbordado por el de la zonificación de las comunidades virtuales, basadas en la translocalización de las emisiones.

Estas características pueden además estar asociadas a variables culturales, entre las que la lengua es la más significativa. La clasificación basada en criterios de uso lingüístico es cada vez más independiente de la territorialidad, y ello tanto en el caso de las lenguas dominantes y/o expansivas como en el de las lenguas minoritarias que, gracias a los medios electrónicos, sobrepasan sus nichos regionales.

No hay que olvidar que la ruptura más radical y determinante de la historia moderna ha sido la separación creciente entre los medios de comunicación social y los medios de transporte. Hoy el desarrollo de las señales electrónicas y la difusión digital en red, que posibilitan nuevas combinaciones, nos obligan a repensar la forma en que se reestructuran las anteriores transacciones sociales en diversas dimensiones locales y translocales.

Una referencia al caso de España

La distinta evolución de las televisiones autonómicas de España, unas basadas más bien en criterios económicos, otras en

CANAL	EITB	C.SUR	TV3	TVG	MADRID	CANAL 9	RTV.CAN	(RTV.MAN)
Ámbito de emisión	País Vasco	Andaluc	Cataluña	Galicia	Comun.Madrid	Comun.Valenc.	Islas Canarias	Castilla La Mancha
Inicio	ETB1 31-12-1982	C. Sur 27-2-1982	TV3 16-1-1984	TV Galicia	C. Madrid	C9 9-10 1989	Islas C.	La Mancha
	ETB2 31-5-1986	Canal 2 5-6-1998	C33 11-9-1989	24-7-1985	2-5-1989	Punt 2 9-2-1987	21-8-1999	13-12-2001
Habit. en millones	2.098	7.340	6.261	2.731	5.205	4.120	1.716	1.734
Coste /Habit.	45,26	18,66	33,07	24,01	11,19	35,51	15,71	25,36
Presup.millones	124	190	314	94,7	134	217	27,5	45,0
Ingresos:								
Publicidad	21,4	45,24	(sin datos)	(sin datos)	65,3	56,3		
Subvenciones	75,8	118,14	(sin datos)		49,2	2,2		
Déficit anual	-21,4	-8,48	(sin datos)	-0,19	(sin datos)	-1,7		
Deuda	75,8	18,4	(sin datos)	(sin datos)	125,0	89,6		
Audien. (en %)	ETB1: 5,1	C. Sur: 17,2	TV3: 21,8	TV Galicia:16,4	C. Madrid 17,0	C9: 18,2	Islas C.: 9,6	La Mancha: 4,8
	ETB2:18,3	Canal 2: 4,5	C33: 6,4			Punt 2: 1,7		

Nota: Datos facilitados por las cadenas en el primer semestre del 2002. El valor promedio del corresponde para el período a 0,95\$. Los ingresos publicitarios corresponden al año 2001.

políticas partidistas y culturales, muestra que las comunicaciones son un ámbito fuertemente competitivo, en el cual los espacios no se otorgan fácilmente, sino que generalmente se conquistan en un contexto de conflicto. La tensión entre la televisión pública estatal y las autonómicas no es un problema meramente administrativo, sino que está vinculado a opciones políticas y al costo que los ciudadanos están dispuestos a soportar en aras de una televisión autóctona, sobre todo cuando se opera sobre dos modelos lingüísticos. Así mientras la TV. Española arrastra un déficit anual de 700 millones de euros y sólo recibe del Estado un 5% de su presupuesto, la radio y tv. autonómicas cubren un tercio de sus costos con dinero procedente del erario público, que es altamente diferenciado según el tamaño de la población de las comunidades. El espectador madrileño paga 11,19 anuales y el vasco se hace cargo de 45,26 (véase el cuadro de las TV autonómicas en España).

CONCLUSIONES

En la nueva era de la información la presencia del sector audiovisual, sobre todo digitalizado, ha invadido todos los ámbitos de la política, la educación y la cultura, y la morfología televisiva se ha convertido en la interface de múltiples relaciones del ámbito laboral, sanitario, científico y otras. La descentralización, por tanto, va a venir exigida no solamente por la compartimentación de áreas y sectores de la vida, sino por la topología de las comunicaciones en su adecuación a los conjuntos sociales y culturales.

En este sentido los cambios derivados de la convergencia entre televisión e Internet no van a amenazar la televisión de proximidad, sino la van a hacer más viable por la disponibilidad de canales, la demanda social de las poblaciones y la conciencia creciente de las instancias públicas.

Las barreras de su desarrollo están vinculadas principalmente a los costos de producción, la marginalidad de las industrias audiovisuales regionales y la persistencia de legislaciones centralistas.

De cara al futuro la relación entre los entes centrales y regionales, el reparto de las competencias, el respeto a las diferencias culturales a la vez que el mantenimiento a su vez de espacios públicos comunes, son los retos que plantea el Tercer Entorno a las comunidades regionales, a sabiendas como hemos advertido antes, que ni la presión de las fuerzas transnacio-

nales, ni el ritmo acelerado de modernización anularán las experiencias de proximidad, ya que éstas se recomponen a partir de la convivencia cotidiana, anclada en un espacio-tiempo definido y bajo unas condiciones ambientales bien determinadas.

La posibilidad de disponer de medios de comunicación (prensa, radio, tv., servidores de Internet...) controlados por y para los conjuntos humanos enraizados en un espacio con sus propias estructuras sociales es indispensable para garantizar una identidad cultural que contrarreste el atomismo y la fragmentación del consumo masivo y dé coherencia a los proyectos de pervivencia de los grupos humanos, que en el convivir se comunalizan. La Europa de las regiones es un buen ejemplo de ese proceso y puede orientar la modelización de otros espacios supra-regionales sin el alto costo que supuso para ese continente la integración.

En este sentido el principio proxémico de las transacciones que comparten experiencias en determinados ambientes territorializados de los entornos primero y segundo, incluso virtualizadas en el tercer entorno, sigue estando vigente. Y aunque las relaciones globales de carácter más distal crezcan y sean inducidas por las entidades transnacionales en un mundo que cada vez se parece más a una aldea global, hay que tener en cuenta que ello ocurre no solamente por el achicamiento del mundo, sino por la red tupida de transacciones cada vez más capilarizadas de las regiones y comunidades.

■ **Jesús María Aguirre**
Miembro del Consejo
de Redacción de Comunicación

Notas y referencias bibliográficas

- 1 Véase el artículo "Ecología de la comunicación" de A. Moles en el diccionario de La Comunicación y los mass media, Diccionarios del Saber Moderno, Ed. Mensajero, Bilbao, 1975.
- 2 A. Moles, *ibid.* P. 581.
- 3 Hall, Edward (1969) *La dimensión oculta. Enfoque antropológico del uso del espacio*. Siglo XXI Ed., México, S.A.; y Más allá de la cultura. Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

- 4 Deutsch, Karl w. (1978) *Nationalism and Social Communication*. MIT Press, Massachussets, Londres, p. 106. Luhmann, N. (1991) *Sistemas sociales*, Alianza Ed. México; Giddens, A. (1995) *La constitución de la sociedad*, Amorrortu, Bs. As.; Sinclair, J. (2000) *Televisión: comunicación global y regionalización*, Gedisa, Barcelona.
- 5 Acuña por Norbert Bilbeny (1997) *Revolución en la ética*, Anagrama, Barcelona.
- 6 No faltan críticos como Paul Virilio que ha alertado sobre la ruptura de los umbrales perceptivos y conductuales de los espacios humanos, debida sobre todo al incremento exponencial de la velocidad en la circulación de los flujos y la asimetría social de los mismos, Véase especialmente Virilio Paul (1997) *El ciber mundo, la política de lo peor*, Cátedra, Madrid.
- 7 Robertson (1992) *Globalization*, Sage, Londres.
- 8 Petschen, Santiago (1995) "La región como ámbito de identificación con el grupo básico y su exigencia de proyección internacional", en *Revista Comunicación*, N° 92, Cuarto Trimestre 1995, pp. 63-69.
- 9 Documento de la Reunión de Copenhague de la Conferencia sobre la dimensión humana de la CSCE. Sección IV, N° 32. Véase también la imbricación entre el problema político de los nacionalismos y/o regionalismo en: Jáuregui Gurutz (1997) *Los nacionalismos minoritarios y la Unión Europea*, Ed. Ariel, Barcelona.
- 10 UNESCO (1998) *La radio y la televisión de servicio público: el desafío del siglo XXI. Estudios y Documentos de Comunicación de Masas*. Ediciones UNESCO. París. Para el análisis del proceso venezolano al final del siglo pasado es útil el documento COPRE(1998) *Hacia un sistema de radiodifusión de servicio público, Gobernabilidad Democrática en Venezuela*, COPRE, PNUD, UNESCO. Caracas.
- 11 COMISIÓN EUROPEA (1999) *Communication to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. The Convergence of the Telecommunications, Media and Information. Technology Sectors, and the Implications for Regulation Results of the Public Consultation on the Green Paper [COM (97) 623], com (1999) 108 final.Brussel.les;*

Miquel de Moragas y Carmelo Garitaonandía -edit.- (1999) *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Col .Aldea global,6, Barcelona.

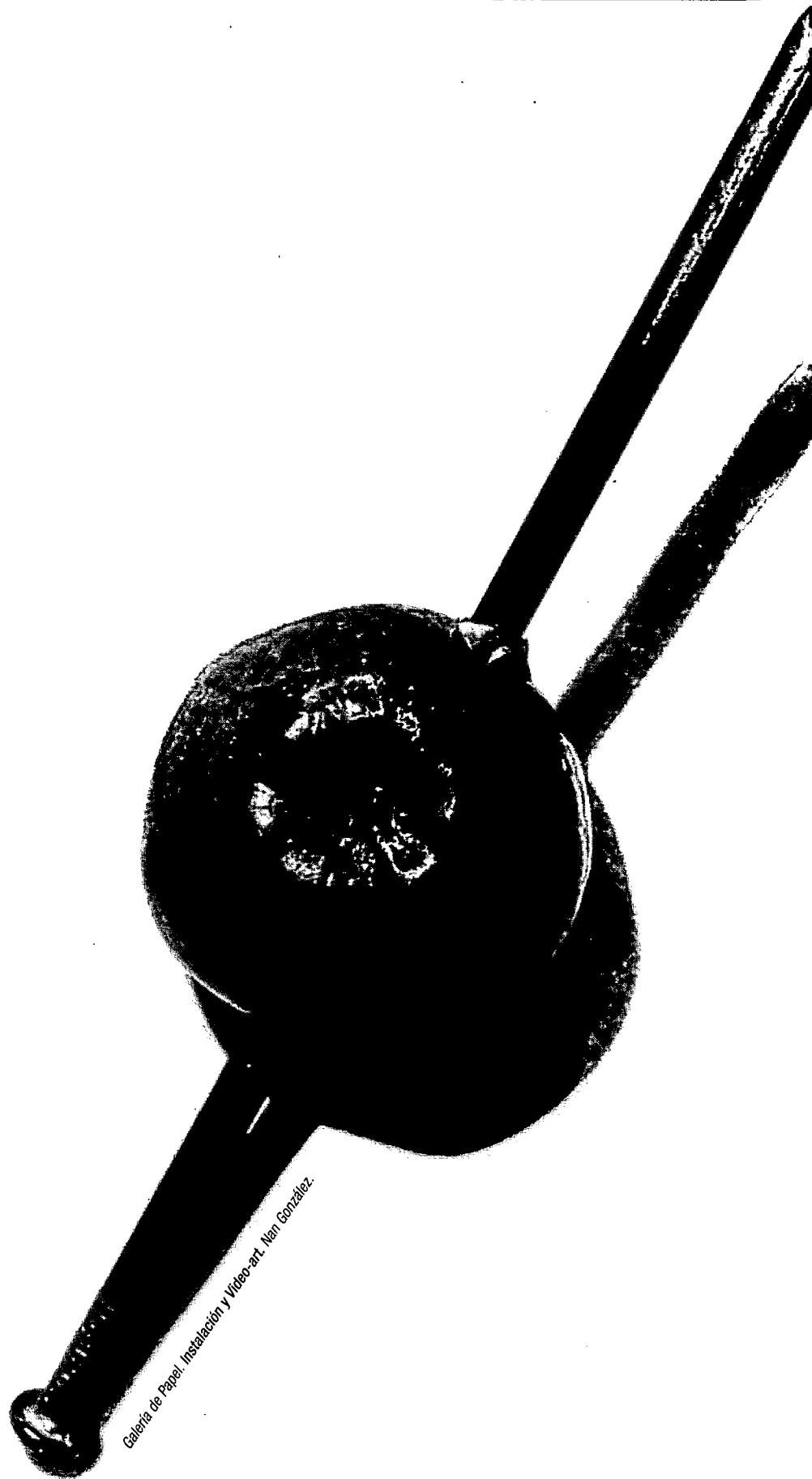
Miquel de Moragas y Emili Prado (2000) *La televisión pública a l'era digital*. Centre d'Investigació de la Comunicació. INCOM-Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona.

Bustamante, E. (1999) *La televisión digital: referencias básicas*. En: Bustamante E. Y Alvarez, J.M. -edit- Presente y futuro de la televisión digital. Ed. Comunicación, Madrid.

La Porte, M^a T. y Sádaba T. (2002) "Globalización y diversidad cultural en la política audiovisual europea", *Comunicación y Sociedad*, Vol. XV, N° 1, junio, pp. 101-127.

*El presente ensayo intenta una exhaustiva e inquietante incursión en una empresa donde convergen las historias, risas y lágrimas de personajes calcados del imaginario latinoamericano: La telenovela. Alí E. Rondón hace un recorrido por este género poniendo especial atención en aspectos tales como las diversas clasificaciones del melodrama que han trazado algunos autores, los cambios en materia de duración y contenidos, o las diferentes experiencias empresariales y artísticas de participación en este género por los países latinoamericanos. Asimismo, hace hincapié el autor en tres específicas producciones: **Por estas calles, Terra Nostra** y **Betty, la fea**. Luego de mostrar un número importante de contrastes y ejemplos sobre la producción de este género televisivo en la región, Rondón concluye afianzando las palabras de Margot Benacerraf, en las que asegura que la telenovela es el principal aporte que le hemos dado al mundo*

■ **Alí E. Rondón**



Galería de Papel. Instalación y Video-art. Non González.

Medio siglo de besos y querellas

La telenovela nuestra de cada día

En forma inmediata, telenovela quiere decir novela transmitida por televisión. La expresión hace referencia a 1. Un medio transmisor, la televisión; 2. Un tipo de discurso, la novela, con características estructurales bastante sedimentadas históricamente (...). En nuestro caso, la palabra novela remite a un sector del universo de la literatura, a un tipo de relato de ficción.¹

Ésta, ha dicho Sonia Chocrón, es la telenovela tal como la conocemos hoy. (En sus inicios -en los años cincuenta y comienzos de los sesenta- las telenovelas recurrían en gran medida a las adaptaciones de obras literarias así como a otros discursos diferentes del amoroso, romántico o melodramático; como por ejemplo el misterio o el género policial). La suma de tema, trama y personajes configura la receta dramática que desde Aristóteles hasta hoy ha permanecido vigente. Y en la telenovela -como en cualquier relato de ficción- los personajes construyen la historia, tejen la trama y revelan el tema². ¿Pero qué sabemos de su origen?

En el contexto temático de este estudio se hace necesario detenerse, aunque someramente, en estos orígenes para contribuir a aclarar la confusión que ha impregnado hasta ahora la divulgación y, sobre todo, a superar la atmósfera de confusiones y polémica que rodea su llegada a nuestras vidas. Hace falta ante todo remontarse a aquel momento preciso en que alguien se

puso a narrar, a echar un cuento frente a una audiencia. Guillermo Cabrera Infante, por ejemplo, sostiene que “todo comenzó en una prisión de La Habana donde un alcalde ilustrado redujo a los presidiarios con el sonido de la campana de Víctor Hugo en *Nuestra señora de París*, leída en español. Las lecturas solían incluir los diez volúmenes de *Los miserables*, la saga incesante del preso evadido y su sombra”³. De estas lecturas en las tabacaleras al surgimiento de las radionovelas y luego llegar a su prima-hermana la telenovela todo sería cuestión de tiempo. Es decir, de máscara y coturno, los juglares, romanceros, el teatro, el cine y entonces el señor Blaird inventaría la pantalla chica que estremecería desde su aparición a los demás sistemas de comunicación social y se nos instalaría en la sala de nuestras casas como inquilino perpetuo. Por ella vendrían después las telenovelas en las que -según Delia Fiallo⁴ el autor acabaría nombrando todo cuanto veía a su alrededor. Y así los televidentes acabamos sintiéndonos retratados en cuanto apareciera en las pantallas.

La televisión se estrena en América Latina en 1950. Brasil México y Cuba serían los primeros países en adoptar la nueva tecnología. A Venezuela llegaría un poco más tarde concretamente el 22 de noviembre de 1952 a eso de las 10:00 am⁵.

La primera telenovela transmitida en Venezuela fue *La criada de la granja* según se desprende del estudio de Scotto

“Una vez un productor de cine me dijo en Cannes que la proyección de una película por TV en una noche era vista por el equivalente de personas que durante dos años podrían ir a cine. Eso me impacto, porque es un fenómeno (...) Y en materia de televisión latinoamericana el género que más vale la pena defender es la telenovela, por ser el principal aporte televisivo que le hemos dado al mundo, y por tanto hay que mantenerlo renovado”.

Margot Benacerraf

Cabrices, 1995, para la historiografía televisiva como recurso de orientación académica⁶. En efecto, Scotto nos informa que dicha telenovela salía al aire por el canal 4, de lunes a viernes entre 7:00 y 7:15 pm; uno de sus protagonistas era Pedro Martahan y la dirección correspondía a Juan Lamata. Merece especial atención su acercamiento a la etapa iniciática de nuestras producciones televisivas en los años 50. Por lo general éstas duraban entre 20 y 25 capítulos. O sea, permanecían un mes en el aire. Por esa razón no nos sorprende enterarnos de que en 1956 se transmitieran 37 novelas y que apenas dos años después la cifra se elevara a 45.

Ahora bien, así como las primeras telenovelas se desarrollaban en 15 minutos (3 para la difusión de publicidad comercial), en 1956 varias de ellas llegarán a los 30 minutos de difusión diaria: *El tercer acto* escrita por Ligia Lezama y transmitida por el canal 4 en su espacio *La Novela de las Cinco y Tiempo para la angustia* transmitida por el canal 2 en su programa *La Novela de las Dos*. Sólo sería hasta 1965 cuando RCTV ponga al aire la primera telenovela de 60 minutos de difusión diaria: *Historia de tres hermanas* con libretos de Roselia Narváez, dirección de José Antonio Ferrara y protagonizada por Eva Blanco, Eva Moreno y Doris Wells.

En una transmisión diaria de 60 minutos, la telenovela como tal tendrá una extensión que oscila entre los 42 y 43 minutos (por convención se redondea a 45), fragmentados en 5 negros o espacios efectivos de transmisión del programa. El resto del tiempo es utilizado para la difusión intercalada de cuñas publicitarias o promociones del canal.

Pasando ahora al respecto de las firmas patrocinantes de telenovelas encontramos que se repite el modelo *soap opera* de los Estados Unidos. Al igual que en el norte, por estos lares las empresas promotoras de los dramáticos televisados serían los fabricantes de jabones y detergentes. De allí los nombres de los espacios: "La Novela Camay", "La Novela Palmolive", "Su Novela Favorita", etc.

En cuanto a la escritura misma hoy sabemos que ya cayó en desuso el viejo esquema según el cual había uno o dos libretistas al frente de cada telenovela. En la actualidad se habla incluso de escritura plural en el sentido de que uno solo funge de autor del programa, mientras el resto de equipo (cuatro o cinco a lo sumo) le corresponde crear las escenas e inventar los diálogos para que avance la trama en capítulos diarios.

Cuadro N° 1

Algunos datos comparativos de la producción de telenovelas en cuarenta años

Año	Telenovela	Capítulos
1958	Doña Bárbara	42
1959	El tirano Aguirre	60
	Todos fuimos culpables	127
1963	la novia viste de negro	5
	No quisiera estar en sus zapatos	5
1965-67	El derecho de nacer	800
1967-68	Lucecita	312
1973-75	Raquel	642
1977	La Señora de Cárdenas	108
1992-94	Por estas calles	Más de 1000

El brasileño José Marques de Melo (1990) llega incluso a incorporar el tipo de audiencia a la cual va dirigida la telenovela y las clasifica en:

1. **Historias rosas**, casi siempre de época, que se exportan principalmente a los países socialistas... son hechas para abuelas y nietas y se transmiten a las seis de la tarde.
2. **Comedias agudas**, son las telenovelas con gran dosis de humor, producciones dirigidas a las amas de casa y a la juventud. Su horario es el de las 7 de la noche.
3. **Telenovelas de contenido social**, con planteamientos fuertes y que están dirigidas a toda la familia. En este renglón se recrea la cotidianidad brasileña y a él corresponden producciones como *Roque Santeiro*, *Tieta*, *Vale Todo*, *Gabriela*, *En cuerpo y alma*, *Renacer*, por ejemplo⁷.

El psicólogo social Alirio Aguilera⁸ prefiere hablar de dos modelos predominantes en el género telenovelado:

1. **El modelo tradicional**, enmarcado dentro de la fórmula de producción de la CMQ cubana que primero fuera utilizado en radio (década de los 30) y luego adaptado a la televisión. Se caracteriza por la presencia de una pareja victimizada, que debe superar muchos obstáculos para concretar una relación amorosa con un desenlace feliz⁸.
2. **El modelo socio-existencial**, que hará su irrupción en Venezuela en 1974 y fue llamada inicialmente como "telenovela cultural". Signada por la incorporación de narradores y dramaturgos

nacionales en ella se elabora un discurso amoroso donde una protagonista o pareja protagónica son entes sociales que construyen su propio destino e interactúan en un complejo contexto socio-cultural, sin el preconcebido e innecesario final feliz.

No obstante, así como en décadas pasadas ver telenovelas tenía connotación peyorativa y la concepción misma del género se inscribía dentro del universo femenino, mientras actualmente las producciones son objeto de estudio para las escuelas de psicología, comunicación social, letras e historia además de contar con un público masculino, la telenovela ha sabido diversificar el tipo de historias que utiliza y las formas de narrarlas. El director de teatro y Televisión Ibrahim Guerra considera que más allá de la cuestionada forma *tradicional*, también se han desarrollado las telenovelas de cortes *realista*, *social* y *funcional*.

1. **La tradicional o rosa** se fundamenta en situaciones utópicas o fantásticas. Son más melodramáticas que las demás y presentan historias de corte exclusivamente amoroso con finales iguales a los de los anuncios de productos comerciales. Los sentimientos de los personajes protagónicos, jóvenes y relevantes físicamente, no sufren alteración a lo largo de la historia. Toca los aspectos sociales del personaje sólo para indicar diferencias en cuanto a status económico y para indicarle al televidente que las carencias representadas en condiciones de extrema pobreza no le impedirán al protagonista alcanzar la felicidad.
2. **La telenovela realista**, por su lado, intenta la utilización de un medio comu-

nicacional a partir de la función periodística de información inmediata que éste posee, acentuando lo que ya el cine realista y neo-realista y otros de formato libre habían planteado a partir de una estética informal y retratista. Los personajes protagónicos no son tan jóvenes, se debaten en medio de sus propias contradicciones y dudas; son precavidos ante el amor.

3. **La telenovela social** posee una relativa abundancia de escenas de acción y de violencia. Los hechos argumentales semejan ser reales y su principal atractivo es el de exponer un análisis informativo y crítico, editorialista de la sociedad. Las contradicciones de los personajes parten de convicciones intelectuales, emocionales y de las incongruencias sociales con las que viven a diario.

4. **La telenovela funcional** es quizás la más enajenante de todas. Está primordialmente destinada a estimular actitudes de comportamiento social o cultural en el televidente. Los personajes protagónicos buscan constantemente la posibilidad de aplicar con éxito sus habilidades personales. Promueven en sus tramas acciones comunitarias y personales que estimulan la autoestima del televidente para que desarrolle su sentido de superación y la confianza en las instituciones públicas⁹.

Para el semiólogo colombiano Jesús Martín-Barbero (1999) los avatares latinoamericanos de la ficción televisiva se reducen a apenas dos modalidades:

1. **La telenovela tradicional** que a partir de la radionovela cubana da forma a un género *serio* en el que predomina el desgarramiento trágico. Pone en imágenes únicamente pasiones y sentimientos primordiales, elementales, excluyendo del espacio dramático toda ambigüedad psicológica o complejidad histórica.

2. **La telenovela moderna** es aquella que sin romper del todo el esquema melodramático va a incorporar un realismo que posibilita la cotidianización de la narrativa y el encuentro del género con la historia y con matrices culturales¹⁰.

¿QUÉ HEMOS APRENDIDO DE LAS TELENVELAS?

En primer lugar que al analizar los resultados en las mediciones de actitudes hacia

“

Sostenía el narrador Salvador Garmendia, guionista de cine y libretista de TV, que cuando se está escribiendo alguna telenovela, la vida del libretista pareciera convertirse en una especie de tragedia paralela a la historia que te ocupa.

”

las telenovelas el público se predispone para estar “totalmente de acuerdo” o “de acuerdo” cuando se le pregunta: ¿Por qué ve telenovelas?

1. Porque a toda mi familia le gusta ese tipo de programas, es el que siempre hemos visto en casa.
2. Porque me causa placer.
3. Me ayuda a conocer lo que está pasando en todo el mundo, los problemas y avances de la sociedad.
4. Me ayuda a estar al día, informado.
5. Me hace olvidar los problemas diarios de mi vida.
6. Porque es moderno, me enseña nuevas ideas.
7. Porque aparece gente que me gusta, que se ve bien, personas a las que me gustaría parecerme (Bisbal, Nicodemo; 1999)¹¹.

En segundo lugar, que en América Latina el melodrama ha terminado siendo algo más que un género dramático, una matriz cultural que alimenta el reconocimiento popular en la cultura de masa (Colomina, 1994), territorio clave para estudiar la no-simultaneidad de lo contemporáneo como clave de los mestizajes de que estamos hechos. Porque, como en las plazas de mercado en el melodrama está todo revuelto, las estructuras sociales y las del sentimiento, mucho de lo que somos - machistas, fatalistas, supersticiosos- y de lo que soñamos ser, la nostalgia y la rabia.

En forma de tango o de bolero, de cine mexicano o de crónica roja, el melodrama trabaja en estas tierras una veta profunda del imaginario colectivo, y no hay acceso a la memoria ni proyección al futuro que no pasen por el imaginario. Es de lo que han hablado sin vergüenza alguna Manuel Puig en la mayoría de sus novelas, Vargas Llosa en *La tía Julia y el escribidor* y Carlos Monsivais en *Escenas de pudor y liviandad*¹².

Y en tercer lugar que no todo en la telenovela sale como lo imagináramos inicialmente. Valga la confidencia anecdótica que nos hiciera una vez en las oficinas de la revista *Imagen* Salvador Garmendia. Sostenía el narrador, guionista de cine y libretista de TV (*La hija de Juana Crespo, Ifigenia*) que cuando se está escribiendo alguna telenovela, la vida del libretista pareciera convertirse en una especie de tragedia paralela a la historia que te ocupa. Tienes pesadillas, a veces llegas a padecer insomnio, desarrollas úlceras, pasas con regularidad del estallido de furor y alegría indescriptible a sumirte en profundas crisis depresivas. En fin, cuando escribes el último capítulo das gracias al cielo por haber sobrevivido al proyecto y te prometes no volver a involucrarte en semejante locura. ¡Mentira! Al año siguiente ya te ronda el gusanito de la curiosidad (¿morbo?) y comienzas a elaborar una nueva sinopsis. Si el canal la acepta, tendrás suerte y la tortura comenzará una vez más.

También está a manera de ejemplo lo de *Estefanía*, su autor confiaba en que la pareja protagónica -Pierina España y José Luis Rodríguez- contara con la simpatía necesaria para “subir cerro”. Aún así la telenovela quedó vinculada a la memoria colectiva con la entrañable ruindad de Pedro Escobar interpretado por Gustavo Rodríguez: “El éxito del personaje, al inicio, sorprendió gratamente. Pero luego empecé a preocuparme. Yo quería que el pueblo llegase a odiar al personaje calcado de aquel degenerado patológico que fue Pedro Estrada, torturador y asesino de la Seguridad Nacional. Cuando se hizo evidente la desmesurada admiración que Pedro Escobar despertaba, me sentí muy mal”¹³.

A continuación tres notas de prensa dedicadas a producciones hechas en Venezuela, Brasil y Colombia cronológicamente en las que el valor del testimonio personal guarda profunda coherencia con los alcances y expectativas de sus realizadores. La capacidad, la agilidad y la cierta predilección por el riesgo inscritas, sin embargo, en los parámetros que cada una de estas telenovelas ayudó a esbozar en la con-

quista de otros mercados fueron muy bien acogidas como sinónimo de novedad, fresca y desparpajo en cuanto al rumbo de la narrativa audiovisual en la última década del siglo XX. En todo caso, lo que más importa es que la divulgación informativa se articulan en el entusiasmo del cronista como televidente con cierto discurso crítico. La visión cosmogónica, mitológica o romántica, si se quiere, cede el paso al estudio detallado de una sinopsis o alguna escena en particular reivindicando un nuevo sentido en función de una comprensión más certera, de una discusión mucho más compleja que pone en juego distintos aspectos teóricos y metodológicos. *Por estas calles, Terra Nostra y Yo soy Betty, la fea*, de hecho, guardan distancia con respecto a las constantes del discursos telenovelesco mexicano: “las emociones extremas, la maldad sin límite, la bondad angelical, el niño rico, la criada pobre, la madrastra callada, etc.” Y si a la primera podríamos catalogarla de telenovela socioexistencial (Aguilera, 1993)¹⁴, la de Ruy Barboza gana peso específico como dramático de época y *Betty, la fea* logra repercusión entre la audiencia por su protagonista funcional (Guerra, 2001)¹⁵.

POR ESTAS CALLES: ¿TELENOVELA O REALIDAD?

El 3 de junio de 1992 no hubo clase de Literatura Norteamericana en el Instituto Pedagógico de Caracas. Ese miércoles aguardé hasta las 7:30 am con la esperanza de poder concluir el análisis de *Supermercado de California* de Ginsberg, pero fue en vano. Mis alumnos habían optado por quedarse en casa y no les faltaba razón. Veinticuatro horas antes la violencia había desbordado la jornada de protesta estudiantil en todo el país. A los encapuchados en la autopista del Este les siguieron los disturbios de la Yaguara, el Valle y Caricuao. En Coro los manifestantes incendiaron la Contraloría General de Falcón, media Mérida estuvo prácticamente paralizada, en Maracay se repitieron los saqueos estilo 27 de noviembre, la policía de Anzoátegui allanó la Universidad de Oriente en Puerto la Cruz y en Maracaibo la turba exaltada acabó con varias patrullas de tránsito. No se trataba -como ingenuamente podría pensar el lector de esta crónica- de ninguna de las promociones salidas de la mente calenturienta de Ibsen Martínez para su nueva telenovela en RCTV. No, nada que ver. Cero ficción, pura realidad. Los integrantes del módulo

“

Oí de nuevo las perlas que lanza el juez Álvaro Infante (Aroldo Betancourt) cuando esgrime ante el televidente aquello de que como venezolano busca algo que le enorgullezca la identidad y más allá del Metro de Caracas, la Biblioteca Nacional y el short stop Oswaldo Guillén no encuentra nada. Me di cuenta de que el personaje inventado por Ibsen y yo estamos hechos del mismo barro.

”

721 y 722 del Departamento de Idiomas habían optado por diferir nuestra discusión pendiente sobre Whitman, Caronte y las aguas del Leteo, porque el resto del país ese día lucía un gris ominoso, plomizo y más acorde con las narraciones de Poe o los *bestsellers* de Anne Rice. Seguramente, inferí, ya mis futuros colegas habían oído lo de las sofisticadas bombas de 1800 Bs. que utiliza la Policía Metropolitana cada vez que deciden darse una vuelteca por el Paraíso o las inmediaciones de la Plaza Las Tres Gracias. Enterados de la eficacia del guarapo de clavo y canela para subir la tensión, lo de las grageas de Dramamine para picarle adelante a los vómitos y las cucharadas de Bactrimel para proteger la flora intestinal por aquellos de la diarrea, los jóvenes prefirieron olvidarse del aula -sobre todo si ello significaba, o garantizaba, prescindir del tratamiento médico *in situ* tan popular entre la masa universitaria. Además, no resulta nada fácil hablar de poesía entre perdigones, balas perdidas y gas lacrimógeno.

Por enésima vez contemplé los pupitres vacíos. Repasé mentalmente mis apuntes sobre Ginsberg, Ferlinghetti y Corso. Desde las ventanas del cuarto piso el flujo de vehículos por la Avenida Páez se veía de lo más normal. Pero, un momento, ¿Acaso hay algo anormal en la Ve-

nezuela de hoy en día? Pensé entonces en la normalidad de los veintiséis prematuros muertos en apenas un mes por la inmunidad atrincherada en la Maternidad Concepción Palacios; recordé la aberrante cuna esa de la madre humilde, con chamitos y todo, tratando de doblegar mi escepticismo para que al fin crea en las bondades de la beca alimentaria y hasta rememoré la osadía del teniente (Ej.) Raúl Álvarez Bracamonte secretamente aplaudido por más de un compatriota de la milicia e infinidad de civiles y mejor no hablo de los altos personeros del gobierno obsesionados por la subversión de los años 60. ¡Bendito sea Dios! Tanta normalidad le pone a uno los pelos de punta. Fue entonces cuando recordé las advertencias de mi amigo, monseñor Mario Moronta sobre el quiquirigüiqui que las cúpulas partidistas blanca y verde nos quieren jugar para quedarse en el coroto hasta el 93 como si nada. ¡Es que aquí todo esta bajo control! Oí de nuevo las perlas que lanza el juez Álvaro Infante (Aroldo Betancourt) cuando esgrime ante el televidente aquello de que como venezolano busca algo que le enorgullezca la identidad y más allá del Metro de Caracas, la Biblioteca Nacional y el *short stop* Oswaldo Guillén no encuentra nada. Me di cuenta de que el personaje inventado por Ibsen y yo estamos hechos del mismo barro.

Al tomar un taxi esa noche en conductor tarareaba la canción que sirve de tema musical a *Por estas calles* y sonreí ante su manera socarrona de entonar el estribillo:

*“Por eso cuidate de las esquinas,
no te distraigas cuando caminas,
que pa’ cuidarte yo sólo tengo
esta vida mía”.*

En otras palabras, un aula abandonada como la de la maestra Eurídice Briceño (Maríalejandra Martín) en el barrio Moscú; la indignación de Álvaro ante tanta corrupción apadrinada por los Don Chepe Orellana (Héctor Myerston) y sus incondicionales; la introspección y valentía de “el hombre de la etiqueta” o Natalio Vega (Carlos Villamizar), un jefe de policía asqueado del sistema judicial que devuelve a la calle tanto crápula homicida y los parlamentos del Dr. Aristides Valerio (Roberto Lamarca), urólogo de primera que se lucra descaradamente con el tráfico de órganos humanos o el robo de equipo e instrumental médico de hospitales públicos para usarlos en su clínica privada, reflejaban la realidad de un país idéntico a la Venezuela de los años 90. Para colmo los versos de Yordano sonaban como las inquietudes de

un pueblo degradado, oprimido, desatendido y molesto. Como coincidencias el proceder y sentir de muchos de estos personajes con lo que se veía en la Venezuela de CAP II resultaban demasiado notorias para ignorarlas. En *Por estas calles* vería yo después la brutalidad insolente de criminales empeñados en convertir al país en mitad cárcel, mitad cementerio e incluso hacernos sentir a los demás, a quienes no participábamos del opulento festín democrático (¿?), como escoria, como excrecencia. Los villanos en el poder -ayer como ahora- menospreciaban nuestros anhelos de justicia, mofándose a mandíbula batiendo de laceraciones y traiciones que hemos soportado desde hace 34 años.

Con razón un Neruda repleto de sobrecogedora racionalidad sentenció una vez aquello de que "No hay espacio más ancho que el dolor". Aun así sombríamente, de dolor y a fuerza de optimismo o bien por costumbre todavía sonrió cuando camino por estas calles¹⁶.

PÁNICO Y TRISTEZA EN ALTA MAR

A veces resulta impagable ser un neófito, un lego en cualquiera de los saberes que para otros son campo trillado. La primera vez que se llora en una ópera, por ejemplo, o se siente un estremecimiento frente a una obra de arte, se atesora una vivencia inestimable.

El viento de Salamina aún frunce las ropas de la *Victoria de Samotracia* para quien sepa situarse frente a ella en su lugar del Museo del Louvre. Así como también hay quien asegura haber visto salir bocanadas de humo de la *Mujer con cigarrillo* de Botero expuesta en la Piazza della Signoria en Florencia.

Algo parecido experimentamos durante la transmisión del segundo capítulo de *Terra Nostra* aquí en Venezuela, concretamente nos referimos al momento en que fueron arrojados al mar los cadáveres de Julio y Anna, progenitores de la heroína en la telenovela de Benedito Ruy Barboza. Lo sorprendente de nuestra reflexión surgió cuando oímos *E lucevan le stelle* en versión instrumental como fondo al semblante débil y lloroso de Juliana. Todo el dolor del mundo se adivinaba en aquellos ojos azules tan bellos y tan llenos de tristeza ante semejante pérdida. Con igual pericia la cámara de Jayme Monjardim nos entregó la serena objetividad y estoica aceptación de la transitoriedad humana en las facciones surcadas por miles de arrugas en los demás italianos que, al igual que su fa-

66

Si todo arte es fundamentalmente la traducción de una experiencia cotidiana en algo más sublime, concluiremos entonces que lo que confiere al pasaje anterior el rango de instancia dramática fueron esos dos bultos lanzados al océano en cámara lenta, el primerísimo plano al rostro compungido de la actriz Ana Paula Arosio y las notas del aria de tenor más famosa del acto III en Tosca de Puccini.

99

milia, viajaban en tercera clase de Génova a Brasil. Una muestra elocuente, sin embargo, de hasta qué punto estamos dispuestos a leer en la telenovela brasileña momentos memorables en los que el libreto y la dirección convergen en su fascinación por la humanidad.

Si todo arte es fundamentalmente la traducción de una experiencia cotidiana en algo más sublime, concluiremos entonces que lo que confiere al pasaje anterior el rango de instancia dramática fueron esos dos bultos lanzados al océano en cámara lenta, el primerísimo plano al rostro compungido de la actriz Ana Paula Arosio y las notas del aria de tenor más famosa del acto III en *Tosca* de Puccini. Sólo que esta vez no vimos el Castillo de Sant' Angelo en Roma, donde el pintor Cavaradosi ha sido conducido minutos antes de su ejecución. Consciente de que el tiempo apremia, el artista prepara su esquila de despedida para Tosca, quien irrumpe en el lugar mostrándole al prisionero los salvoconductos firmados por el jefe de policía: el fusilamiento será una farsa, pues le dispararán con balas de salva y posteriormente ambos huirán. Cuando el pelotón se retira, Tosca intenta reanimar al enamorado y descubre con horror la sangre en su cuerpo. Se oyen los gritos de alarma, porque los guardias acaban de encontrar al barón Scarpia ase-

sinado. Para no caer prisionera, Tosca se lanza al vacío desde las murallas de la fortaleza. Esa súbita salida coincide con la masa orquestal y los acordes finales de *E lucevan le stelle*. Pero, repetimos, nada de esto ocurrió en *Terra Nostra*. Juliana ha asistido desolada y contrita a decir adiós a sus padres quienes sucumbieron a la plaga y ahora la dejan sola en el mundo, ignorante de su destino. La música seleccionada por Mariosinho Rocha responde a la perfección. Hay momentos en los que languidece, sobre todo cuando entra en acción la melancolía y los instrumentos solistas, con tempo lento, hacen su exploración de las emociones. La impresión dominante en el video después de que la huérfana se retira a llorar su desgracia a solas es, invariablemente, la de haber sido vapuleados por el volumen, el peso y el ritmo del *finale*. La música ha hecho de la escena algo mucho más conmovedor. Expresa la alternancia entre la vulnerabilidad y voluptuosidad de estilo para una soprano -en este caso Juliana- y el respaldo convincente, encendido de la orquesta.

Y así como en *Tosca* el tenor resumía en su despedida el dolor inconsolable de su amor frustrado con melodía desoladora, también el corazón de Mateo (Thiago Lacerda) arderá en cenizas en *Terra Nostra*.

Y ahora, a riesgo de sonar aburrido, sólo queda esbozar una última idea. Haber adaptado la música de Puccini -compuesta para el libreto en italiano de Luigi Illica y Giuseppe Giacosa basado en la obra homónima de Victorien Sardou- como acompañamiento a una situación límite en una telenovela brasileña no subvierte la tradición en modo alguno. Es el resultado de un estudio exhaustivo tras el que poco importa enterarnos de que *Tosca* se estrenó en Roma en el año 1900, o sea veinticinco años después de lo acontecido al comienzo de *Terra Nostra*. Lo que cuenta es que erudición e imaginación fueron la alquimia que hizo del acontecimiento musical algo más apasionante a nivel televisivo. Y aunque el ropaje final de la escena del éxodo en alta mar sea puro e inmaculado, ningún espectador pondrá en duda que fue tejido a base de sudor y lágrimas, de pánico y tristeza; en fin, de cuanto nos hace irremediablemente humanos.

Hasta aquí lo que viéramos desde nuestra privilegiada *habitación con vistas* por la que tanto suspiraron los protagonistas en la novela de E.M. Forster para contemplar las maravillas que los artistas legan a la posteridad. Una panorámica de inmenso valor iconográfico, una vivencia que no tiene precio, como decíamos hace poco¹⁷.

BETTY, LA FEA: CRONOLOGÍA DE UN ÉXITO

Érase una vez una muchacha fea, fea, pero fea, de nombre Beatriz Pinzón. El único novio que tuvo la abandonó a los pocos días de romance. Así aprendió que por fea se quedaría solterona para toda la vida y que el amor no sería para ella. Por eso, mientras sus conocidas del barrio visitaban discotecas de moda y se aventuraban en el amor, Betty dedicó todo su tiempo a estudiar y a prepararse para triunfar como profesional. Así complacía también a su padre, un hombre bastante exigente y sobre protector.

Todo cambia cuando Betty entra a trabajar en Ecomoda, una de las empresas de confección más grandes de Colombia; allí conoce a Armando Mendoza, el hombre de quien se enamora. Es tal su afán por conseguir trabajo que acepta ser su secretaria, a pesar de que sus títulos merecen un cargo ejecutivo. Ella sabe que por su fealdad las cosas no van a ser fáciles, así que decide empezar por abajo e ir escalando posiciones. Y la verdad es que Betty comienza más abajo que cualquiera, pues a ella la ponen a trabajar en un oscuro y solitario desván, mientras una hermosa mujer se sienta en la recepción de la presidencia. ¡Todo por ser fea!

Betty acepta todo con tal de estar allí. Hace de ese desván su sitio de trabajo, el lugar de sus sueños, y vive feliz porque está al alcance de su jefe, el atractivo ejecutivo que heredó la presidencia de la compañía de manos de su padre. Lo ve todo el día, lo atiende, y suspira por él, como un ser que le da ideas brillantes, que es su cómplice y que le maneja la agenda de citas clandestinas y lo encubre ante su novia, Marcela Valencia, una sofisticada diseñadora de modas que la desprecia.

Betty nunca tuvo amigas, pues a ninguna de sus compañeras y vecinas le interesaba que la asociaran con un ser tan desaliñado y feo. Sin embargo, en Ecomoda se identifica con otras mujeres que como ella son relegadas por no ser bellas. Según Hugo Lombardi, el diseñador de la empresa, ellas conforman el cuartel de las feas. Desde el cuartel, Betty y sus amigas ven el mundo de la belleza, especialmente femenina, se deleitan destajando a punta de comentarios a las modelos que frecuentan la empresa, comentan chismes del día y se acompañan solidarias en sus dramas. Betty se considera la más desafortunada de todas. En el ramillete de feas hay casadas, separadas, ennoviadas y hasta madres

“

La propuesta de Betty, la fea, según Gaitán, el elenco y la directiva de RCN, era altamente riesgosa, pues se trataba de hacer algo que nadie en Latinoamérica había hecho y era poner de protagonista de la novela a una mujer fea.

”

solteras, pero ella definitivamente es la más negada para el amor.

Sin embargo, las cosas empiezan a cambiar para ella. Su jefe atraviesa serios problemas con la empresa. Hace maniobras peligrosas que cuentan con la solidaridad de Betty, pero que pueden arruinar a Ecomoda. Los dos trabajan hombro a hombro durante largas jornadas. Y una noche, Armando termina besándola, enloquecidamente.

Fue el beso más bello que Betty recibiría en su vida, que la puso a soñar como nunca, que la sacó del abismo de la resignación, pero también el beso más infernal de su vida. Pues llegará a comprender que ese beso no obedecía más que a una estrategia de negocios, que su jefe simplemente jugó con la fea de la empresa, que se sacrificó besándola. Pero también será el beso que le cambie la vida. Betty, a raíz del desengaño, no volverá a ser la de antes. Sufrirá una transformación tan sorprendente, del alma y del cuerpo, que le demostrará a su jefe que esa mujer que besó cerrando los ojos y ebrio para soportar su fealdad, es ahora una mujer digna de ser amada por cualquier hombre.

La propuesta de *Betty, la fea*, según Gaitán, el elenco y la directiva de RCN, era altamente riesgosa, pues se trataba de hacer algo que nadie en Latinoamérica había hecho y era poner de protagonista de la novela a una mujer fea. Lo más importante del personaje era que las mujeres se

vieran representadas, que la gente entendiera que las feas también sueñan, se esfuerzan, viven y eso da un alto grado de reconocimiento e identificación. ¿Cuántas Betty no hay en Caracas con 45 cogiendo buseta?

Una mirada rápida a la telenovela, sin embargo, nos persuade de darle la razón al libretista del canal Caracol, Dago García (*Pedro, el escamoso*). Este objeta lo del riesgo, la cacareada apuesta por la innovación del género y el rompimiento de clichés: *Betty es una novela clásica, no es revolucionaria y no rompe esquemas porque el mérito de Gaitán es hacer historias exitosas en las que hay una cenicienta que se enfrenta a los malos del paseo.*

Y tiene razón, pues la heroína nos resulta una muchacha de increíble pureza y bondad; es de origen humilde, mientras el galán, por su parte, pertenece a una familia acaudalada que ve con muy buenos ojos su compromiso y futuro casamiento con Marcela Valencia. A favor del comentario de García podríamos incluso añadir que *los motivos relacionado con las diferencias entre los miembros de la pareja protagónica (heroína pobre-galán rico) operan dentro de la temática a modo de dificultades que están allí para probar que la felicidad no es algo fácil y, además, que el triángulo base de Betty, la fea (galán-heroína-villana) puede leerse desde la instancia temática como dificultad a sufrir y superar.*

Sostenidos y apuntados por la estructura del relato —como lo notaría cualquier espectador familiarizado con las telenovelas de Delia Fiallo— ambos motivos son de vieja data en la historia del género.

En el desarrollo de nuestra investigación supimos de una voz crítica que, a diferencia de Luis Mesa (Daniel Valencia) y Natalia Ramírez (Marcela) para quienes la novela jamás pasó de ser un riesgo muy estudiado y calculado, reconocía en coraje exhibido por Gaitán y demás productores de *Betty, la fea*. Nos referimos al director Carlos Duplat (*Cuando quiero llorar no lloro, La Caponera*): *No me parece nuevo sacar a un personaje feo. Eso es muy viejo, lo hicieron con el Fantasma de la Ópera, con el jorobado de Notre Dame, donde lo que arrastra no es necesariamente lo bello, lo play, pero sin duda, es una puesta en escena muy valerosa.*

MÁS ALLÁ DE UN LIBRETO

En distintos momentos y lugares, las grandes fórmulas que organizan los relatos y

las configuraciones genéricas son modeladas de diversa manera: los vínculos que establecen con los grandes públicos no son tampoco semejantes, y son cambiantes sus articulaciones con los sucesos del presente y sus relaciones con los dispositivos y medios en que se instalan. Cada mundo ficcional pareciera estar animado por una historia que le es propia. Semejante afirmación del semiólogo argentino Oscar Steimberg suena irrefutable. Nos bastaría recordar la fiebre que despertaron ayer no más, telenovelas como *Corazón Salvaje* en México, *Roque Santeiro* en Brasil, *Las Juanas* en Colombia, *Por estas calles* en Venezuela, *Perla Negra* en Argentina, *Cristal* en España, *Nada personal* en Puerto Rico, *Luz Marina* en Perú, *Vale todo* en Cuba, *Sendas de Gloria* en Italia, *Los ricos también lloran* en Rusia, *Kassandra* en Rumania e *Ifigenia* en Polonia. Todas, sin excepción, conquistaron el favoritismo del público, quien a su vez se sentía cautivado, cuando no identificado, por el trasfondo costumbrista, folklórico, literario o político de dichas producciones. Y se diría que algo similar comenzó a darse con *Betty, la fea* en la hermana república. Durante el primer semestre del 2000 el presidente decidió programar sus alocuciones de modo que coincidieran con los intermedios de *Betty*¹⁸. Y la cosa se volvió más candente cuando el Fiscal General se pronunció ante los medios diciendo que *Betty* debía ir a la cárcel si aceptaba el soborno de los 80 mil dólares. En ese momento Gaitán se dio cuenta de que *no tenía una telenovela exitosa convencional en las manos sino, un personaje que era un ídolo nacional virtual y que ya no pertenecía sino que era un patrimonio televisivo. Eso era de Colombia*

Ahora es de los 40 países en los que ha sido emitida la historia de Beatriz Pinzón, una fea de clase media que supera todos los obstáculos hasta conseguir el amor y convertirse en exitosa ejecutiva. Su creador continúa alimentando la curiosidad de la audiencia por este personaje con la serie *Ecomoda*, que salió al aire en España apenas terminó *Betty* y recién comenzó en septiembre aquí en Venezuela. Aunque se casó con Armando Mendoza, *Betty* sigue desconfiando de su consorte. En la secuela de *Betty, la fea* Beatriz Pinzón Solano deja de lado su horrendo aspecto para convertirse en una bella mujer, en la flamante presidenta de la empresa textil *Ecomoda*. A pesar de su belleza, *Betty* sigue siendo tan insegura como ayer y por eso cree que el regreso de Mario Calderón (Ricardo Vélez) hará que Armando vuelva a ser

66

Y es que sencillamente aunque la televisión latina en Estados Unidos amplía cada vez más su repertorio con programas musicales y comedias, son las telenovelas las que continúan reinando en el menú de los canales y las que atraen la mayor cantidad de inversionistas para los cupos publicitarios televisivos.

99

el mujeriego del que se enamoró. La llegada de Gabriela Garza (Lorena Meritano) despierta los celos de *Betty* quien la verá como una fuerte rival.

¡POR AHÍ VIENEN LOS MEXICANOS!

Tanto Univisión como Telemundo anunciaron en fecha reciente que sacaban al aire su mejor artillería —léase las telenovelas más apasionantes, los repartos más estelares— en un esfuerzo titánico por captar la audiencia y así ganar la batalla del *rating*. Y es que sencillamente aunque la televisión latina en Estados Unidos amplía cada vez más su repertorio con programas musicales y comedias, son las telenovelas las que continúan reinando en el menú de los canales y las que atraen la mayor cantidad de inversionistas para los cupos publicitarios televisivos. Por esa sencilla razón acaparan el llamado *prime time*, franja horaria de mayor sintonía comprendida entre las 7 y las 10 de la noche. De hecho, se da algo curioso en cuanto a la producción de culebrones —así popularizaron al género telenovelesco en España— de Univisión para el 2003. Golpeará fuerte lo que queda del 2002 con series que probaron su contundencia en México: *El privilegio de amar* y *El Manantial* (ambas protagonizadas por Adela Noriega). Telemundo, por su parte arremeterá con estrellas robadas

a los elencos de su cadena rival: Gabriela Spanic (*La intrusa*) y José Ángel Llamas (*Nada Personal*) encabezan la planta actoral de La venganza, mientras a Itatí Cantoral la veremos al lado de Diego Berti en *Vale todo*. Sí, se trata nada menos que de aquella producción de TV Globo escrita por Gilberto Braga (*La esclava Isaura, La sucesora, Fuerza del deseo*) que estremeciera a media Latinoamérica con su cuestionamiento a las marramucias y chanchullos democráticos tantas veces denunciados y tantas veces desoídos. En esta oportunidad, sin embargo, la historia descansa sobre un elenco internacional compuesto por artistas procedentes de México, Colombia, Argentina, Cuba, Perú y Puerto Rico. Cabe señalar igualmente que aunque el dramático no contará en esta oportunidad con las participaciones destacadas de Regina Duarte, Antonio Fagundes, Gloria Pires, Beatriz Segall ni tampoco será doblada al español acá en Venezuela, este *remake* ya entró por la puerta grande del ámbito latinoamericano pues se trata de la primera telenovela grabada en español en Brasil por la cadena TV Globo. Tras asociarse con la megaempresa suramericana y haber importado *hits* como *Xica Da Silva* y *El clon*, Telemundo parece decidida a seguir saboreando las mieles del éxito en los Estados Unidos y por largo tiempo.

VALE TODO... UNA VEZ MÁS

Mayormente conocida por sus papeles de villana (*Salud, dinero y amor; Infierno en el paraíso, Sin pecado concebido*) Itatí Cantoral es hoy la primera artista hispana en grabar en español una telenovela de TV Globo. La actriz mexicana que nos cautivara con sus primeros pasos en *Muchachitas, La pícaro soñadora, Dos mujeres... un camino* y *María la del Barrio* es ahora Raquel, una madre honesta que al ser abandonada por su marido y con una hija que criar, se enfrenta al día a día de su trabajo como guía turística, mientras su querida María de Fátima crece convencida a pie juntillas de que la honestidad no vale nada. De ese choque de ideas tan yuxtapuestas y esas emociones tan arraigadas entre madre e hija surge el conflicto principal de *Vale todo*. Un divorciado llamado Iván llegará a su vida y el placer que éste le proporcionará con sus palabras, las miradas que intercambiarán poco a poco hasta llegar al olor con que él la inundará contra el silencio y el desamparo marcarán la hora de la felicidad para Raquel. La clase

de amor que compartirán a partir de entonces será narrado pacientemente, un amor formado por ternura, por deseo y por comprensión, mientras allá, fuera de la alcoba, el siglo está llamando a gritos. Por eso terminarán amándose con la misma desesperación en un mundo que ambos pretenden purificar por medio de su propio sacrificio.

DEL DELICADO EQUILIBRIO ENTRE NOVEDAD Y TRADICIÓN

No cabe duda, Venezuela hizo de la telenovela su producto de exportación más distintivo en la era contemporánea. Mientras los consumidores finales de nuestro petróleo, aluminio, acero o frutas, ignoraban su origen, los espectadores internacionales de nuestros dramáticos reconocían y apreciaban el sello "made in Venezuela" (Güerere, 1994)¹⁹. Pero las protagonistas que se quedaban ciegas, se volvían locas o perdían la memoria, que daban a luz un bebé para luego descubrir que eran hermanas de su adorado tormento, se volvieron cansonas, repetitivas y harto predecibles. Fue así como a ese *boom* de nuestra industria televisiva le llegó también su ocaso y apenas un a década después de la consagración internacional, el país dejó de ser la cuna de los ofidios más exitosos de la televisión.

A propósito del tema creemos que la mejor explicación de cómo se perdió la brújula, el norte de un negocio tan rentable radica en las *redefiniciones político-culturales* emprendidas por países como Brasil cuando se incorporó a la producción de telenovelas. Atrajeron al terreno valiosos actores de teatro, directores de cine y prestigiosos escritores de izquierda, mientras en países como el nuestro la telenovela sería rechazada sistemáticamente como oficio degradante por artistas y escritores²⁰. Otra contradicción que desgarraría más profundamente la elaboración de telenovelas venezolanas tendría que ver con la miopía de los productores y ejecutivos de los canales. Los magnates llegaron a sentirse los reyes del negocio, los dueños del mercado internacional y antes que innovar, estudiar, preparar personal técnico y / o artístico, cazar nuevos talentos y, sobre todo, invertir dinero fresco para mejorar el producto, cayeron en la austeridad escenográfica llevando a extremos la oralidad más primaria: la mayoría de lo que pasaba en el relato se sabía no por lo que los personajes hacían, sino por lo que contaban entre ellos. Al volver una y otra vez a la escuela mexicana (los con-

Cuadro Nº 2

VENEZUELA

Telenovelas exportadas Radio Caracas Televisión y Marte TV

Rango/Título	Países	Capítulos	Horas exportadas
Radio Caracas Televisión -1983-1993-			
1. Señora	18	229	7.557
2. Cristal	25	246	6.888
3. La Dama de Rosa	21	228	5.928
4. Topacio	20	187	5.797
5. Abigail	22	257	5.654
Total 5 más vendidas:			31.824
Otras 68 novelas exportadas:			58.985
Total exportaciones:		(8.083)	(90.809)
Marte Televisión -1990-1993			
1. María María	14	198	2.772
2. Emperatriz	10	211	2.110
3. La Trepadora	8	180	1.140
4. La loba herida	6	214	1.284
5. Las Dos Dianas	6	137	822
Total exportaciones		(940)	(8.428)
Total RCTV,+ Marte TV		(9.023)	(99.237)

Fuente: Gerencia General Empresas 1BC. Gerencia de Comercialización Internacional. Marte TV. Cálculos propios incluidos en "La Telenovela Venezolana: Un producto exportable", *Video-forum* Nº 677, papel de trabajo del proyecto **Venezuela Competitiva**.

flictos centrales son los del parentesco, la estructura social es completamente maniquea, la sofisticación del vestuario es casi nula y las escenas en exteriores se suplen con el espesor barroco del estudio) era lógico que las producciones brasileñas, y detrás las colombianas se adueñaran del mercado.

Los brasileños, por su parte, estuvieron siempre conscientes de que el éxito de sus telenovelas en casa era el trampolín hacia su internacionalización por el reconocimiento de lo latinoamericano en los demás países de la región y aprovecharon la avalancha de dólares para poner en marcha la casa de creación "Janette Clair", laboratorio de dramaturgia, centro de investigación de audiencias y escuela de formación de libretistas -eso sin mencionar la construcción de 6 ciudades escenográficas como las TV Globo dentro de la Reserva Forestal de Jacarepagúa en Río de Janeiro²¹.

Andrés Grillo y Josefina Blanco también saben que el éxito de las telenovelas colombianas podría ser arma de doble filo.

"Ahora más que nunca se corre el riesgo de perder el camino recorrido, estancarse y ceder a la tentación de abusar de la fórmulas triunfalistas"²². Juana Uribe (*La baby sister*) recomienda tener calma: "No podemos crecer el doble para mañana. Ya fue muy difícil el crecimiento de 2 canales a 4, 2 novelas diarias a 10, no sé cuantas sean. Ese crecimiento ya fue forzado. Si tenemos que redoblarlo no hay con quien". Fernando Gaitán espera que en otros dos años Colombia pueda competir con más músculo en el mercado internacional, pero no se puede caer en el error venezolano de homogeneizar el producto. Por el contrario, hay que ofrecer un menú de historias amenas, variadas, originales, apasionantes.

Novedad y tradición he allí las 2 polaridades entre las que se debatirán los próximos dramático "made in Colombia". Producciones como *Géminis* de Alberto Barrera Tyszka, *La otra mitad del sol* de Julio Jiménez, *Señora Isabel y Siete veces amada* de Bernardo Romero mantuvieron el equilibrio y gustaron. Los colombianos

entonces disfrutan su cuarto de hora y han tomado medidas para no matar a la gallina de los huevos de oro. Y aquí -¡por fin!- hemos comenzado a despertar cambiando el formato de producción con propuestas mucho más elaboradas. La dupla César Miguel Rondón-Mónica Montañés puso a Venevisión a ganar el *rating* con una historia ligera, salpicada de humor criollo y un trío protagónico integrado por una anoréxica, una golosa incorregible y una menopáusica: *Guerra de Mujeres*. Y ahora RCTV decidió entrar en la onda del riesgo y arrasa en sintonía con una historia de Perla Farías (*Mis tres hermanas*) en la que una jovencita virgen de 17 años queda embarazada por mala praxis médica en una clínica de inseminación artificial: *Juana, la virgen*. El folletín protagonizado por Daniela Alvarado y Ricardo Álamo caló en el público, la gente se creyó el cuento y además de un promedio de *share* 39.2% en sintonía entre marzo y septiembre, 2002²³, el canal 2 está orgulloso de que haya sido *Juana* en quien confiara la televisora brasileña TV Record para ponerla a competir en el horario de *Betty, la fea* en la tierra del fútbol y la samba.

Esa misma novedad y tradición, de hecho, parecen estar tras la jugosa negociación reciente entre TV Globo de Brasil y Televisa de México. Al contratar con la segunda el doblaje al español de sus telenovelas la primera incluye sus libretos en el paquete. Así el consorcio audiovisual de los Azcárraga se convierte entonces en el mayor centro de documentación en telenovelas -una especie de Biblioteca de Alejandría- en Latinoamérica y el mundo.

Jorge Amado (1912-2001), reconocido narrador brasileño y autor de la célebre trilogía *Gabriela, clavo y canela*, *Tieta* y *Doña Flor y sus dos maridos* llevaba exitosamente a la pantalla chica por TV Globo, declaró en alguna oportunidad:

Sería demasiado clasista pensar que son tontos los 200 millones de personas que ven una buena telenovela en todos los países del mundo ²⁴.

Tras su escueta declaración se advierte la sinceridad que la dictara y, acaso de un modo radical, el hoy congénito apasionamiento de millones de televidentes ganados en todas partes del mundo hacia esas historias contadas en tono un tanto folletinesco. En todas ellas las esperanzas, angustias y dudas vividas por los personajes aprisionados dentro del mago de la cara de vidrio -como diría Eduardo Liendo- servirán para que nos algo de la fecunda emoción y en lugar de aceptar la realidad co-

mo tal, procuremos embellecerla esforzándonos por ganarle la entraña, buscándole el sentido y los valores positivos. Porque no puede catalogarse de tontería, mucho menos ignorar por sencilla mezquindad o prurito elitescos, la preferencia de esa audiencia globalizada que ha elevado al rango de sustento diario salido del horno de la inteligencia creadora. ¿Por qué no sentirnos entonces iluminados gracias a esta moderna Eucaristía de la comunicación? Ya lleva con nosotros medio siglo y a juzgar por la opinión de nuestra mayor cineasta -y aquí entre nos- quizás nuestra más obcecada fanática de culebrones, ella es *el principal aporte televisivo que le hemos dado al mundo, y (...) hay que mantenerlo renovado*.

■ **Alí E. Rondón**
Profesor de Universidad
Pedagógica Experimental
Libertador, Magíster en Literaturas
Norteamericana e Inglesa,
ensayista y crítico de cine

Nota: El autor agradece la colaboración del Prof. Manuel Bermúdez, ex director del Departamento de Estudios Semiológicos de RCTV (canal 2). Su ayuda resultó invaluable a la hora de corregir nombres, fechas y directores de algunas producciones mencionadas en nuestra investigación.

Notas y referencias bibliográficas

- MORANA, Oscar (1982): "Para una aproximación semiológica a la telenovela". En: *Video Forum*, N° 1.
- CHOCRÓN, Sonia (1993): "Mujer de Telenovela". En: *Diosas, musas y mujeres*. Caracas: Monte Ávila Latinoamericana.
- CABRERA INFANTE, Guillermo (2001): *Puro humo*. Madrid: Santillana Ediciones.
- FIALLO, Delia (1995): "La Telenovela, el viejo melodrama que nunca muere". En *Comunicación*, N° 91
- SAFAR, Elizabeth (1992): "La Radiodifusión Latinoamericana: Radio y TV". En: Anuario ININCO. Caracas, N° 4.
- SCOTTO CABRICES, Clemente (1995): "Creación e implantación de 'tele', base de datos de la telenovela venezolana en cuarenta años de TV (1953-1993)". En: *Comunicación*, N° 91.
- MARQUES DE MELO, José (1990): "Las Telenovelas brasileñas dependen de un equipo investigador". En: *El Nacional*.
- AGUILERA, Alirio (1994): La Telenovela y su espectador. Caracas: Tesis de Grado UCV Escuela de Psicología.
- GUERRA, Ibrahim (2001): "Telenovela y sociedad". En: *Telenovela y consumo comercial en América Latina: Desde El derecho de nacer hasta Betty, la fea*. Caracas: Comala.com. pp 55-59
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y REY Germán (1999): Los ejercicios del ver: Hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona: Gedisa Editorial.
- BISBAL, Marcelino y NICODEMO Pasquale (1999): "El consumo cultural en Venezuela". En: Guillermo Sunkel (coordinador): El consumo cultural en América Latina. Bogotá: Tercer Mundo Editores. p. 107.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús: Op. Cit. P.125.
- Julio César Mármol en "1979, Estefanía: el pasado te condena", "De zapping por la telenovela" Ewald Scharfenberg. *El Nacional* (3 de agosto 2002), p. 56.
- AGUILERA, Alirio (1993): "Los múltiples usos de las telenovelas". En: *Video Forum*. Caracas, N° 5. p.56.
- GUERRA, I. :Op. Cit., p.80
- RONDÓN, Ali E. (1992): "Por estas calles: Telenovela o realidad?". En: *El Nacional (Papel Literario)*. p. 7.
- _____ (2000): "Pánico y tristeza en alta mar". En: *El Universal (Verbigracia)*. p. 4
- _____ (2001): "*Betty, la fea*: De la superficialidad a lo superlativo". En: *Revista Nacional de Cultura*, N° 320. p. 175-184.
- El economista del IESA aporta un comentario de peso al hablar de los atributos del producto: "Además de un elenco de primera, el público exige historias de cinco estrellas. También sobre los dramaturgo y directores de televisión, el mercado (interno e internacional) impone diversas exigencias, ya que la telenovela presenta un esquema básico, en buena medida predecible, de la capacidad de recrear y recombinar con originalidad, personajes y situaciones dramáticas, y de ellos depende muchas veces el grado de cautividad de audiencias multiculturales".
- GÜERERE, Abel (1994): "La telenovela venezolana: Un producto exportable". En: *Video Forum*. N° 6 / 7. p.156.
- MARTÍN BARBERO, Jesús :Op. Cit. p.95.
- Carla A. Prado. Directora de Ventas para América Latina. Rede Globo de Televisao. Río de Janeiro (2 de septiembre, 1996).
- GRILLO, Andrés y BLANCO, Josefina (2002): "Novelón Latinoamericano". En: *Fucsia*. Julio. p. 66.
- Rebeca Abrahami. Departamento de Investigación Social. Radio Caracas Televisión. Caracas (26 de septiembre, 2002).
- Citado por Delia Fiallo durante su conferencia "La Telenovela, el viejo melodrama que nunca muere" dictada en la Universidad de Salamanca, España el 30 de julio , 1992.

Juan Nuño

Galería de Papel. Instalación y Video-art. Nan González.



comunicación, lenguaje y medios

Juan Nuño Montes, filósofo de origen español, nace en Madrid el 27 de marzo de 1927 y falleció en la ciudad de Caracas el 5 de mayo de 1995. Controversial, espíritu crítico, poseedor de un amplio bagaje intelectual en muchas áreas del saber filosófico, literario y científico. Sus estudios en filosofía los realizó en Venezuela, en el año de 1947, cuando llegó a este país al no poder entrar a estudiar en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Madrid; se le impidió hacerlo por no poseer el comprobante de adhesión al *Glorioso Movimiento Nacional* franquista. Es así que se gradúa en la Universidad Central de Venezuela en 1951. Será uno de los primeros licenciados¹ que egresó de la Escuela de Filosofía fundada por Juan David García Bacca. Posterior a esto realizó estudios de cuarto nivel en las universidades europeas de Cambridge, y la Sorbona.

Será profesor de la UCV a partir de 1953, cargo que ocupa hasta 1955 cuando la dictadura del general Marcos Pérez Jiménez cierra dicha institución. Durante años trabajará como responsable comercial de una empresa inglesa. Al caer el régimen militar vuelve a sus tareas habituales como docente dentro de la academia universitaria.

Presenta su trabajo doctoral en 1962, *La dialéctica de Platón*, siendo su tutor García Bacca. Posteriormente se traslada a Friburgo, (Suiza), compartiendo clases con J. M. Bochenski, reconocido investigador de filosofía de la ciencia y lógica contemporánea.

A su regreso es nombrado *profesor titular* y se dedicará a conformar el Instituto de Filosofía de la UCV bajo nuevas perspectivas filosóficas, sobre todo en la rama de la filosofía de las ciencias, epistemología y lógica.

Para Juan Nuño los medios de comunicación eran los responsables de que la realidad en nuestra sociedad contemporánea quedara relegada a lo contingente, lo pasajero, lo poco importante; mientras que la ficción massmediática caminaba a sus anchas entre los fascinados y ensombrecidos espectadores. Una vez más, el mito de la caverna de Platón, aderezado con las sales postmodernas del "todo vale", sale a relucir entre las pantallas y los terminales. David De los Reyes nuevamente nos presenta en el espacio Locus Solus, otro aporte al conocimiento de la vida y obra de los filósofos que en nuestra tierra dedican o dedicaron importantes reflexiones al descubrimiento de los complejos entramados de los medios de comunicación

■ David De los Reyes



Sus intereses temáticos fueron muy diversos y distintos, pero siempre muy centrados en torno a la filosofía. Fue profesor de la cátedra de filosofía griega durante más de dos décadas. No por ello dejó de interesarse por la filosofía contemporánea. Hizo distintos estudios sobre autores como Husserl, Hartmann, Heidegger, Sartre, Jaspers, Buber, todos dentro de la corriente existencialista; en Francia había estudiado al lado de Merleau Ponty, que lo llevó a compenetrarse con ese movimiento filosófico. Dentro de las corrientes del marxismo académico que florecieron durante los años sesenta abordó a autores, además del propio Marx, Lukacs, Sartre y Althusser, haciendo una fuerte crítica a las pretendidas teorías marxista y a los postulados del empireocriticismo de Lenin. Luego se internó en la filosofía de la ciencia y lógica con la que se acercará a las propuestas filosóficas de Bertrand Russell, Wittgenstein y Popper. En este sentido siempre alabó la importancia instrumental del análisis filosófico y la lógica simbólica para clarificar la separación entre el conocimiento vulgar y el científico; ello lo condujo a una fuerte crítica de todo neopositivismo. Sus observaciones lo llevan a rechazar toda pretensión científica del marxismo; también criticó al existencialismo y su construcción naturalista (Sartre), al empirismo, a la metafísica y las opciones metafisológicas y escolásticas.

Trabajador incansable como intelectual, mantuvo un espíritu vivo, lúcido y crítico ante todo sistema filosófico cerrado. Inconformista, crítico feroz ante todo dogmatismo, atacó y reflexionó de manera brillante acerca del conformismo instaurado en las ideas, hábitos y creencias ajenas tanto dentro como fuera de las universidades. Por convicción intelectual se opuso a construir sistemas filosóficos, lo más cercano a sus posiciones respecto a ello está en su obra *Los Mitos Filosóficos* (F.C.E., México, 1985).

Creador de una extensa obra filosófica también trabó una amplia reflexión en otros campos humanísticos como lo son la crítica de cine, la literatura y sobre temas de actualidad cultural y políticas. Sus últimos años cultivó el ensayo corto que publicó semanalmente en el diario *El Nacional* que luego serían recogidos en varios libros.

Lo Mónaco² nos ha dicho que “siempre orientó su palabra a estrechar la profunda brecha abierta entre nuestras ideas y prácticas. Enteramente convencido de que el sesgo de la vida social y de la acción humana es el impreso al trasluz, grueso, simpli-

“

Creador de una extensa obra filosófica también trabó una amplia reflexión en otros campos humanísticos como lo son la crítica de cine, la literatura y sobre temas de actualidad cultural y políticas. Sus últimos años cultivó el ensayo corto que publicó semanalmente en el diario *El Nacional* que luego serían recogidos en varios libros.

”

ficado y difuminado, de abstractas ideas filosóficas, creía firmemente que la tarea del intelectual era la de rastrear, interpretar y hacer manifiestos tales ocultos esquemas. Filósofo a cabalidad, mantuvo siempre una actitud de insobornable desconfianza hacia los sistemas filosóficos, consciente como era de que la percepción de la vida humana es a la vez cosa demasiado preciosa y compleja como para encerrarla por entero en abstractas teorías omnicomprendivas. Tal vez por ello fue siempre (un) pensador asistemático”.

II. LA COTIDIANIDAD REFLEXIVA

Nuño ha querido en sus ensayos apartarse de lo que ha venido siendo desde hace mucho el oficio de la filosofía académica que ha reducido su papel a ser una especie de técnico de antenas parabólicas, que a modo de multiplicadores sin imaginación, viene a retransmitirnos viejos mensajes sin mayor reparo. Una actividad mecánica de repetidores de pensamientos añejos sin ser aparentemente reconducidos a las necesidades de los tiempos. Actividad estéril y retrógrada si realmente la filosofía y los filósofos quedarían ahí. Lo raro es que

Nuño es filósofo y su actitud en ser o no ser antena lo distingue de muchos otros que puede que lo sean. Es de esta manera que la filosofía se salva y se mantiene en ejercicio nuevo de interpretación, de reflexión y comprensión de ideas y conceptos, del mundo y sus hechos, del saber y sus negligencias.

Lo que encontramos en este autor es un honesto intento de salir de las agradables y cómodas condiciones que otorga la filosofía de cátedra e ir a respirar más allá de la celda (célula) académica. Trataba de volver a un oficio más íntimo pero más riesgoso, el de pensar por cuenta propia y sobretodo vivir reflexivamente la cotidianidad y el momento, separándose de la seguridad y tranquilidad doble de aquellos que se arropan entre el *campus* y el sistema (Nuño:1990³:8).

Reconoce en Ortega y Gasset el mérito de haber exaltado la función periodística del pensador contemporáneo. Muchos han sido los filósofos que han comprendido esto en este siglo: Unamuno y Sartre en publicaciones periódicas; Bertrand Russell, mostró su aporte con las distintas colaboraciones sucesivas que dio a los medios de difusión e información de la época que tuvo a su alcance. Y aclara que junto al filósofo aislado se da también la posibilidad del filósofo comunicado, “abierto a más de un aire”. Los cuales no tienen porqué excluir el rigor en el análisis de unos con la apreciación del entorno de los otros.

Nuño nos mostró en las últimas décadas de su fecunda vida que la filosofía no necesariamente tenía que quedar encerrada en sistemas o en libros de filosofía. Bien dejó dicho que cualquier manifestación humana junto con lo que vagamente llamamos por *mundo* podían ser una fuente nutritiva de reflexión, en donde la curiosidad del escritor filósofo se orienta hacia formas de expresión cultural diversa.

III. VIVIENDO EN EL MUNDO FELIZ DE NUESTRA SOCIEDAD MEDIÁTICA

En el marco de nuestro *mundo feliz* cibernético y tecnocrático, Nuño encuentra decepcionante a lo que nos reduce nuestra nueva condición de *american way of life*. Respecto a la escuela nota, como experimentamos todos los profesores, que ya no pareciera haber una necesidad de maestro pues con las nuevas teorías audiovisuales pareciera reducir al alumno a que se sienta ante un terminal, manipule unas teclas y que detenga su mirada ante la verduzca

pantalla del ordenador. De igual manera encuentra que gracias al televisor las nuevas generaciones parecieran reiterar lo innecesario que se ha vuelto el aprender a leer. La tv les exige de ello, la ración está en obtener media hora o menos de noticias condensadas debidamente salpicadas de publicidad para que sea suficiente estar al corriente de lo que acontece en el mundo (claro, el mundo construido por los medios de comunicación, que no es el mundo vivido por nosotros día a día y que está frente a nuestra experiencia cotidiana práctica; el primero forma parte de este mundo pero a manera de dato). Así van quedando y transformándose nuestras actividades pues gracias a los ordenadores, el mundo se nos pone a nuestros pies, por así decir, y no tenemos ni que hacer esfuerzo por calcular cuánta gasolina y cuántos kilómetros nos quedan en el automóvil; escribir se ha convertido más bien en procesar palabras; traducir es utilizar un software sin el menor esfuerzo intelectual, de ahí que para muchos los diccionarios editados en papel hayan pasado a ser piezas de museo. Gracias a todos estos recursos aportados por los medios nos hemos adentrado no dentro de una civilización no reflexiva, según nuestro autor, sino manipulativa. No es reflexionar mi acción y el significado de mi vida con el entorno sino manipular información, casi sin pensar, sólo pulsando teclas.

La crisis en la educación la nota cuando la pedagogía estadounidense ha convertido a la escuela en una especie de *self-service*. "Empaquetan la gramática, la historia o las matemáticas en cassettes de música rock que eligen los alumnos para escucharlos en el walkman. Hubo un tiempo en que los niños jugaban con teatros en miniatura, contruidos por ellos mismos, en los que se representaban obras escritas por los propios niños. Después, vino el tren eléctrico; ahora, pulsan terminales. Triunfo del practicismo cultural. Por algo hablan los anglosajones del *know-how*, jamás del *know-why* o del *know-what-for*. Saber es hacer y hacer es usar las manos, no la cabeza. Los resultados están a la vista" (1990^a:26s). Su asombro lo llega a condenar culturalmente lo que ha convertido el mundo americanizado a la vida humana. Somos apéndices de las máquinas, manipulamos y nos manipulan. Donde en el proceso de evolución intelectual del niño se le suprime el esfuerzo por ir más allá de la mera superficie de las cosas, de la cápa externa de ese opaco mundo electrónico y hacerle adentrar a un proceso de mayor compromiso intelectual y racional que

66

Nuño nos mostró en las últimas décadas de su fecunda vida que la filosofía no necesariamente tenía que quedar encerrada en sistemas o en libros de filosofía. Bien dejó dicho que cualquier manifestación humana junto con lo que vagamente llamamos por mundo podían ser una fuente nutritiva de reflexión, en donde la curiosidad del escritor filosófico se orienta hacia formas de expresión cultural diversa.

99

el que se ha entronizado a nuestro alrededor. Es la cultura del *self-service* que Nuño condena por lo fútil que es ante la mirada de aquel que ha comprendido que el mundo no es sólo un "soplar y hacer botellas" virtuales. Un mundo donde interesa más el dependiente consumir absurdo y externo que el aprender a comprender y saber ser autónomos en tanto individuos pensantes.

Cultura del mutismo y del iletrado. Basta con apenas balbucear algunos ruidos³ y llegamos a emprender un lazo comunicante; cambiamos ruido por los matices de las palabras y sus posibles significados. Y sin embargo pareciera que toda actividad nos llevara a prescindir de la comunicación verbal. Hasta para hacer el amor no es necesario hablar, actitud propia y aprendida de una civilización que se empeña por mutar a las palabras. Nuestro nuevo estadio cultural se centra más en un *feeling*; la sensación es la dominante en nuestra relación con los otros y el mundo; el discurso abstracto es rechazado por falta de *emoción*. El ejemplo lo saca del rock, el cual se constituye a partir de una ausencia de palabras o si las tiene apenas poseen un reducido sentido que termina siendo muy pobre y repetido. "El discurso es

reemplazado por vibraciones y contorsiones". En este estadio del evangelio del consumismo nos adentramos a una zona en que estaremos rodeados por un cretinismo generalizado (1990^a:26s)

IV. ¿IMÁGENES O REALIDAD?

En su ensayo "*Sombras nada más*" (1990^a:173) pasea por el significado de los medios de comunicación dentro de nuestro siglo y la relación con la implementación de las certezas políticas que han asumido el fin de utilizarlos para sus intereses.

Retomando una frase del escritor austriaco Musil de su novela *El hombre sin atributos* que dice refiriéndose a nuestra época esto: *lo más fundamental* (en nuestro mundo: n.del a.) *se realiza en abstracto y lo intranscendente en la realidad*; nos da un paseo por esos momentos en que tal frase más que venir a ser una posibilidad de los tiempos es una confirmación y hasta una constitución de los tiempos pasados. La ficción resulta ser lo que vendrá a tomarse por verdadero, la realidad sólo es lo contingente, pasajero, sin importancia.

Es nuestro pasado siglo en el que se ha afianzado el poder de lo fantasmagórico de las abstracciones. Toda gran acción, desde la transmisión de la caída del muro de Berlín hasta ver la historia del ascenso de Hitler al apoderarse de la voluntad del pueblo a través de las arengas que presentaba por la radio y la prensa, no podemos decir que los actores hubieran sido menos que nada sin rodearse del marco mediático en boga del momento. Si Hitler fue a través de la radio y la prensa, después de Kennedy no ha habido presidente -no sólo estadounidense sino de cualquiera de las democracias occidentales-, que no le deban bastante a la campaña publicitaria lanzada a través de la tv. Otro ejemplo que nos da es Joemeni, quien visitaba a Irán antes en espíritu que en cuerpo, su voz y sus arengas fueron grabadas en cassettes y retransmitidos allí antes de que se trasladara físicamente desde París a Teherán. Otros casos son el de Nixon, Fidel Castro, -hoy pudiéramos introducir al patológico fenómeno Chávez en Venezuela- los acontecimientos de la Europa socialista, la lucha de los rebeldes rumanos, que se apoderan de la sede de la televisión, para luchar contra el cuerpo de esbirros del régimen, la *Seguritate*, la retransmisión en un día de navidad, a modo de regalo al pueblo rumano, de los cadáveres de los esposos Ceaucescu. Todos estos eventos fueron retransmitidos en *abstracto* y sólo en el

fondo y hasta bastante alejado de cada uno, sólo llegamos a suponer que ello ha transcurrido en la realidad. La ficción mata a la realidad o la realidad sólo existe en tanto ficción, en tanto abstracción.

Para muchos regímenes totalitarios termina siendo más agradable el mundo pasado en abstracto que el vivido en la contingente y escabrosa realidad de pesadilla del presente.

Ya el inglés Berkeley sentenció hace tres siglos que la realidad se reduce a lo que percibimos, pronóstico certero dado mucho antes que el cine y la tv vinieran a darle la razón (1990^a:174). Se nos declara que Borges no llegó a inventar nada cuando habló del *carácter alucinatorio del mundo*, sólo “se limitó a sacar consecuencias de una falsa realidad, hecha de abstracciones, superpuesta, cada vez más sutil, lejana e inverificable: *la tierra que habitamos es un error, una incompetente parodia*”. No menos espantosa vuelve a ser el sempiterno mito de la caverna que imaginó Platón, oscuridad entre sombras y prisioneros, “de la que habría de sacarnos hacia la luz de la auténtica realidad, la fuerza del conocimiento”, nos dice. Hoy esa fuerza se refleja en la técnica de los omnipresentes y poderosos medios de comunicación: ellos nos han introducido aún más al fondo de la caverna, donde la gente ya ni quiere intentar ver la luz. Habitar entre sombras es más seguro, las imágenes evanescentes son las únicas que tienen calidad de verdad, las noticias diluidas no nos traen la tragedia en carne propia y todo termina en un universo de abstracciones. De las imágenes había dicho ya el filósofo italiano Croce en su *Estética* que son la única realidad. En ese cerco no se clasifican a los objetos, no son declarados ni reales ni imaginarios, no se definen, sólo hay que limitarlos a sentirlos, a presentarlos, no se nos pide más. Es una descripción acerca del arte pero, como nota Nuño, pareciera ser más una definición de las imágenes que nos muestran día a día la tv. El arte se confunde con la imagen haciendo que hasta la tv venga a ser el único arte y que las imágenes sean sólo las presentadas por el artefacto.

La cita que toma del barroco escritor español Gracián es definitiva: “Vívase lo más de información; es lo menos que lo que vemos: vivimos de fe ajena”. El mundo de sombras domina, la realidad es una simple sospecha tenue, casi inverosímil e innecesaria. Toda angustia nos proviene de una imagen abstracta, de nuestras creencias ancladas más que de la huidiza realidad en retroceso.

V. POSTMODERNIDAD Y MEDIOS

En su crítica a la postmodernidad junto a su anarquismo de valores y la propuesta del *todo vale*, notamos un acercamiento a los medios de comunicación social cuando refiere los cambios operados en los productos televisivos. Estos pasaron de una mitología donde se mostraba que en toda sociedad detrás de lo bajo siempre podía darse el amor y la belleza (es el caso de *Tiempos Modernos* de Chaplin), a una mitología que invertía la relación, inspirada en las posiciones críticas de la Escuela de Frankfort y postular que en el fondo de lo sublime siempre encontraremos los repetidos rasgos de bajeza (como lo dieron en su momento los productos de Walt Disney) hasta llegar pasados los años setenta en que influidos por una hermenéutica marxista-freudiana se exigía rechazar el fenómeno para captar al ser. Es así, como ha señalado Rubert de Ventós, que “el filósofo crítico estaba llamado a hacer añicos la gran fábrica de sueños”, es decir, Hollywood en primer término y luego a la televisión. Es así que hasta la década de los 70' las fronteras fueron nítidas. A partir de allí las cosas cambian con el enrosque del postmodernismo del ya nombrado *todo vale*. Se empieza a apreciar los cambios y cómo se borra toda influencia del criticismo frankfortiano y se producen series *neutras* en apariencia; series televisivas (Dallas, Dinastía, Falcon Crest, etc.) donde el mecanismo de identificación, seducción y venta se sostiene sobre la denuncia misma, esto es, “como quiera que todo vale, lo bajo que está escondido es lo sublime (tal fue la honesta y un tanto ingenua denuncia marcusiana) vale tanto como lo sublime que se supone existe en todo lo humano (tesis edulcorada burguesa)” (Nuño:1985:246). Donde los medios, apoyados en este postmodernismo ya un tanto envejecido, decrepito y malparado, se debatieron entre resultados paradójicos. Llegamos a un eclecticismo de valores que más que otra cosa se nos presenta a manera de *pot-pourri* (“pote podrido”). Es lo mismo la música rock, los ritmos simples machaconamente repetidos, sin idea musical compleja alguna como puede ser la composición *Verklärte Nacht* de Schoenberg, por sólo nombrar un ejemplo. Ello surgiendo por pensar que todas las culturas valen lo mismo, que es un principio básico de la postmodernidad y de aquí del *todo vale* lo mismo pasamos a que todo puede ser cultura y entonces cualquier escala de valores culturales es erradicada de la nueva inteligencia postmoderna: lo mismo

vale un *grafitti* que *Las señoritas de Avignon* de Picasso. Se iguala todo, se etiqueta cualquier cosa y todo pasa a ser cultura. Además niega el recurso moderno de contrastación, propio de toda expresión científica, afectando la posibilidad de crítica. A tales alturas de la tendencia Nuño afirma que este postmodernismo tiene un tinte marcadamente reaccionario y cualquier posición contrastadora o crítica se entrará en los terrenos intelectuales represivos, dictatoriales.

En un mundo absorbido por la noción de gusto e impresión del esteticismo y eclecticismo⁴ postmodernista, la postura de los criterios de valores ha sido totalmente prohibida. El autor nos propone el ejemplo del film *Naranja Mecánica*, mundo en que sólo cuentan sonidos y luces, sonidos discordantes, luces estroboscópicas: la sociedad termina siendo una inmensa discoteca en todo lugar y tiempo. Sin comprender los signos racionales de orientación. Esta viene dada por los estímulos a los que, a modo de reflejos condicionados, nos hemos ido adaptando sin esfuerzo ni uso de criterios; sólo un esperar a que se nos dé el último programa ofrecido por los medios, a los que estamos plenamente adaptados. El mundo existe por y en los medios, lo demás, la llamada realidad, es efímero, contingente. Mundo rodeado por la empalmezada de la subjetividad que ha perdido el camino del juzgar y, por tanto, de las mínimas condiciones del elegir. No pidamos razones, sólo denos sensaciones; las pulsiones han sustituido al pensamiento.

Respecto a los cambios operados en la educación por tales transformaciones teóricas podemos tomar estas palabras como determinantes: “si en el modernismo, o aun antes, lo que se pretendía era enseñar ilustrando, ahora en este postmodernismo lo que se busca es satisfacer instintos primarios. Modernista era escribir, postmodernista es teclear una computadora o procesadora de palabras, donde además de escribir se juega y, en todo caso, siempre se consume, que es de lo que se trata: desde el material y la máquina hasta la electricidad que la alimenta” (1995:249). Escribir termina siendo no un acto de reflexión y pensamiento sino de un mirar a la pantalla, hipnotismo cibernético, privilegiando así a los sentidos más que al desarrollo o ampliación del pensamiento. Lo que termina siendo que todo acto comunicativo no es un informar sino un vender, que es lo que exige nuestra sociedad de consumo.

Si fueran ilustrados quienes hacen la tv se hubieran dado la tarea de formar e in-

formar culturalmente, una acción cónsona con la Ilustración. Los medios, como refiere el filósofo, se terminan empleando para además de distraer sobre todo para inducir a las ventas; nuestro mundo no requiere de ilustración o que la gente piense y sepa más, sino el fin de nuestra sociedad termina siendo consumir y vender más. “El postmodernismo es la filosofía del consumismo”. Su condición es la parodia. Un mundo de objetos paródicos que tratan todos de imitar pero mal, parodian algo, sea el pasado o un futuro, recreándose siempre en algún producto cultural anterior⁵. Todo termina en la cesta de las realizaciones, este ejercicio intelectual postmoderno termina en una *praxis* de centro comercial, mercantil, de objetos-consumibles paródicos, imitativos, falsos. Volvemos: “El postmodernismo como simple ideología consumista”.

VI. CONTRA LOS BEST-SELLERS ⁶

En su peculiar estilo de escribir, mezcla de ironía y sarcasmo, reflexión y distancia, los best-sellers serán tema para su despiadada crítica. En ese ensayo no deja de aludir al mercantilista vicio de hacer libros por cantidades y no por calidades. Tanto es así que lo más grave de esta industria es su práctica y la que encuentra en la profusión de elaboraciones de este tipo de texto. En nuestra era de la informática no faltaba más, dentro de los posibles recetarios-*software* que nos dan los distintos programas del ordenador, aquel que nos dictamina y permite escribir infinidad de páginas en la medida que respetemos el recetario allí dado, como si se tratara de “lápices o de hamburguesas”. Lanzar cada cinco minutos *best-sellers* al mercado requiere seguir un orden ya preestablecido: tanto de violencia, tanto de sexo, ahora un poco de historia y unos granos de política, todo bien batido hasta ponerlo a punto para su leve existencia de dos días dentro del mercado librero. Detrás no hay otra cosa que multinacionales que también dirigen la lectura que ya ni es íntima. Es así que Nuño arriba a decir: “Los lectores de *best-seller* ni siquiera leen obras producidas por el ingenio humano individual: leen enlatados, similares a los de la televisión, también hechos con técnicas de prefabricación dirigida a ganar o a sostener el mercado”. Busca por todos lados el regreso de encontrar el placer de leer solitario y exclusivo para apreciar la buena literatura hoy escondida. Encuentra un modelo, nada menos que en el personaje del

Capitán Nemo, de Verne (en sus novelas *2000 Leguas de Viaje Submarino* y *La Isla del Tesoro*). El lugar, la biblioteca del *Nautilus*. El trasmisor del encuentro, el profesor Aronnax, un huésped forzado en la travesía náutica, quien queda extasiado ante los miles de ejemplares que contiene tal marina cueva de papel y tinta ante quien da el comentario que suscribe Nuño: “El mundo terminó para mí el día en que el *Nautilus* se sumergió por primera vez. Ese día compré mis últimos volúmenes, mis últimos folletos, mis últimos periódicos y desde entonces no quiero creer que la humanidad piense o escriba más”. De lo que comentó nuestro filósofo: “Qué alivio sería”.

VII. DEL ESCRIBIR

Pero Nuño tiene el oficio de negador. También arremete contra la escritura misma en su ensayo *La Huida* (1993: 113s), donde afirma que el escritor le mete a las palabras y su acto, producto de un ser paranoico, se convierte en un gran viaje alrededor de sí mismo, que es su gran placer. Escribir es huir, a través del lenguaje huye del lenguaje mismo; es su posible respuesta. El escribir es una precipitada evasión del habla, del lenguaje.

La escritura es un momento tardío del individuo y del hombre. Se comienza con los gestos a expresarse individualmente, que más tarde, por la concurrencia y repetición dentro del grupo, pasarán a ser universales. El escribir vendrá más tarde, luego de pasar por el diseñar los objeto con piedras o en paredes de cuevas o montañas, que pudieran tomarse como los *primitivos escritores* (que ahora continúa haciéndolos los practicantes de *graffitis*); si nos quedáramos en ello serían los representantes de la *retaguardia de las ideas*, de las imágenes, evitando la difícil batalla del habla cotidiano.

El caso del escritor con el lenguaje es otra. Su principal condición será tener coherencia en el uso de las palabras, para así mostrar su señorío y dominio del lenguaje. De ahí su calificativo de paranoico a todo escritor pues tiende a encerrarse en sí mismo y en el espacio que conoce y domina a placer: el viaje alrededor de sí mismo. Sin embargo escribir termina por ser un huir de sí mismo, como lo ha dicho Borges o Jack London.

El buen narrador, nos declara, está limitado por el espacio. No grandes extensiones sino reducidas descripciones que condensan e intensifiquen lo que se quie-

re decir en un escrito. Es lo que sostuvo Borges, nos infiere: mejor decir en cincuenta páginas lo que algunos les cuesta quinientas; en el caso del argentino bien conocemos su rechazo a la novela y su virtuosidad en la composición de cuentos. En el caso de los filósofos prácticamente no tienen fin a su incontinencia por escribir, no tiene límites materiales a sus alados pensamientos. En filosofía la largura de tratados es la regla. Las excepción a ello son pocas: Lichtenberg, Nietzsche, Alain, Cicerón, escritores económicos y centrados en aforismos. Escribir, realmente, no tiene porqué tener límites. Los folletines o novelas por entregas del siglo XIX fueron así y los editores se disputaban con los autores para que jamás pusieran punto final, como sucede hoy con las series o telenovelas. Sin embargo “la anticoncisión. La forma más fácil de perder el relato, el estilo y aun la vergüenza” (1990b:257). Una grasa escritural que por demasía en querer decir se pierde la precisión de lo invocado por la palabra.

En el caso solitario de Nuño el escribir es un acto de pesimismo y lucidez que puede parangonarse con lo dicho por Larra, aquel otro escritor olvidado español, y que él mismo retoma: escribir es “reírse de las ridiculeces contemporáneas. Más de una vez escribir es sólo eso: desesparar” (1991:190)

VIII. CHOMSKY Y EL MITO DEL LENGUAJE UNIVERSAL

Sobre la posibilidad de abrirse paso una lengua única y universal y llegar a justificar y hasta querer probar sus posibilidades *innatas* en los hombres, Nuño nos lanza un destellante rayo mordaz ante tales lejanas pretensiones omniabarcantes del lenguaje. Retoma el mito de la Torre de Babel que no se “levantó hasta el cielo al menos hasta nuestros días”. Y es que en ese mito se encontraba tras él la posibilidad de un haber existido -como de poder renacer- el mito de una sola lengua para todos los pueblos. Que el mito nos muestre también su fracaso, que las pretensiones de los humanos sean aplastadas por el mítico dios lo concibe normal pero ello no significa que, como otro personaje del eterno retorno del alma humana, viniese a restablecerse la posibilidad de una unidad lingüística a partir de esos escombros babelianos. Es con el filósofo y lingüista norteamericano Chomsky contra quien ahora dirige su mira. Al ojo filosófico de Nuño le gusta escoger a sus enemigos, como bien lo ha di-

cho, pues con ellos puede divertirse en el trajinar de su profesión y en la criba despiadada de tanta pretensión teórica.

El regreso del mito lo muestra Chomsky en su *teoría generativo transformacional* que predica la unidad estructural de todas las lenguas humanas. Llegan a celebrar hasta la posibilidad de una identidad mental lingüística única para todos los hombres, animales dotados de lenguaje. A esto, que ya no es poca la pretensión, se le suma la de un posible innatismo que sostiene que nuestra lengua aparece en "forma de semillas que solo esperan ser fecundadas para dar el fruto del lenguaje" (p.207), con lo que Nuño nos da a entender que los mitos persisten, sólo cambian de faz, se transforman pero vuelven hasta en donde menos se lo espera uno, dentro de un planteamiento científico acerca de la estructura lingüística que plantea el norteamericano Chomsky.

En su transitar por los mitos modernos nos habla del mito que se cierne sobre la cibernética, la cual nos acerca cada día más al estadio del *hombre artificial*, al cerebro electrónico: mitos que pudieran encarnar a Pigmalión y al Golem (1981: 209).

El hombre es un ser mitopoyetico, si no cree, no vive. De ahí que nuestro autor refiera a Borges cuando enseña que sólo los animales son inmortales porque ignoran la muerte.

IX. HABERMAS Y SU FILOSOFÍA DE LA INTERSUBJETIVIDAD COMUNICACIONAL

Nuño plantea que parte de la filosofía contemporánea se ha venido desarrollando a partir de lo que el filósofo alemán J. Habermas llama *terceras categorías*, las cuales son el *lenguaje, acción y cuerpo*. Ellas han reorientado la investigación filosófica llevando a establecer proximidades con los fenómenos sociales que plantean los medios de comunicación. En el caso de Habermas sabemos cómo operó la introducción de estos conceptos al proponer toda una filosofía exaltadora de la comunicación intersubjetiva que terminaba por eliminar el sujeto individual reemplazándolo por otro ideal, de carácter trascendente y de naturaleza colectiva. Esta filosofía del lenguaje tomando su dimensión global, colectiva, de la intersubjetividad viene a decantar sobre una filosofía social en el momento que plantea problemas y temas de comunicación y de comportamiento. El alemán parte del modelo proporcionado por la *teoría de los actos de habla* de Searle. De este modo buena parte de la fi-

“

**El hombre es un ser mitopoyetico,
si no cree, no vive. De ahí
que nuestro autor refiera
a Borges cuando enseña que
sólo los animales son inmortales
porque ignoran la muerte.**

”

losófica contemporánea se ancla en una actividad centrada en una filosofía que se acerca a plantear lo subjetivo a partir de la eticidad y la comunicabilidad establecida.

Si bien Habermas parte de esa filosofía de la subjetividad Nuño advierte que aquél autor intentó la fundamentación de una teoría social crítica a partir de la comunicación intersubjetiva, internada dentro de una fe en la razón que va a defender ante los criterios de los críticos irracionales (Heidegger, por ej.) al notar que sin la defensa de la razón no se pudieran sostener unos valores distintivos de toda sociedad democrática, si la modernidad tiene aún sentido debe proveer la creación de sentido a través de su propia normativa. Esta filosofía se mantiene entre las *formas reflexivas* de la modernidad y sembrada sobre un terreno de *tipo sociológico*: a partir de la proposición de una filosofía intersubjetiva, comunicacional, construye un planteamiento que aspira a retomar el proyecto moderno escondido entre los irracionales presentes en los distintos proyectos políticos y sociales del siglo XX dentro de nuestra época de fetichismo democrático, masificante y confusa (1994: 17ss).

A pesar del fracaso de la filosofía que representa esta actividad a lo largo del siglo pasado, Nuño no deja de presentar sus

visiones y pellizcos de lucidez al mostrarnos su interpretación de uno de los aforismos de Lichtenberg que hacia 1780 este profesor de física en la Universidad de Gotinga escribió esto: "En todo momento hacemos algo que ignoramos. Esta capacidad irá en aumento hasta que llegue el día en que el hombre haga todo sin saberlo; su misma razón será la de un animal pensante. La razón tiende a lo animal".

X. MÁQUINAS E INTELIGENCIA. LENGUAJE SINTÁCTICO Y LENGUAJE SEMÁNTICO

Nuño concluye que quienes no crean que esto ha sido así reflexione por un momento sobre un mundo lleno de computadoras, fax y televisión, con seres humanos acostumbrados a reemplazar pensamiento por manipulación tecnológica (1994:34). Su postura siempre crítica nos enseña que el pensador crítico es aquel que comienza por distinguir para terminar por escoger, cosa que parece poco pero no lo es. Para aquellos que no estamos satisfechos con un análisis vagamente lógico sólo queda aventurarnos por mantener nuestra reflexión dentro de los límites reducidos de una filosofía crítica que, a decir de Nuño, es la "única posible en los tiempos que corren" (1994:51)

Al introducir la categoría del lenguaje, esa misma filosofía contemporánea ha podido mantener un estrecho lazo con la filosofía tradicional, al notar que la filosofía lingüística llegó a reclamar referencias tan lejanas como los planteamientos de Humboldt, los ideólogos franceses e incluso a teorías tan medievales tales como las *supposiciones* o, más atrás, la lógica estoica.

Sin embargo nos plantea la doble postura referente al origen del lenguaje en el hombre. Una, planteada por el psicólogo conductista Skinner en su libro referido a la aberrante utopía de *Walden-two*, para quien el lenguaje es entre tantas, otra adquisición externa realizada a partir de estímulos apropiados en el momento apropiado de nuestro desarrollo neuro-cerebral. Y la otra postura, propia del ya nombrado Chomsky y de neurobiólogos como Lenneberg o Changeux, que afirman que el lenguaje es una consecuencia del desarrollo cortical del cerebro humano, siendo ello algo exclusivo del hombre. Sin embargo sólo hay habla a partir de ciertos sonidos articulados, que si bien otras especies animales también poseen ciertos sonidos comunicantes rudimentarios gracias a sus gestos, gritos o movimientos

corporales nunca llegan a poder compararse a los que sólo la especie humana posee en tanto lenguaje integrado, con sonidos y su representación gráfica correspondiente (1994:62).

Refiriéndose a la dualidad mente cuerpo, máquina y fantasma de la mente, Nuño encuentra que gracias a la especificidad del lenguaje que habita en nosotros adquirimos un estatus totalmente distinto, al menos desde el punto de vista del significado de la existencia, respecto a la existencia animal. “Somos una máquina, pero que posee un centro creador de lenguaje y eso nos separa del resto de los animales”(idem).

Y es por medio del lenguaje que entra a reflexionar en relación a la supuesta o no inteligencia de ciertas máquinas. Las máquinas, como lo ha visto Searle y su imagen de la *caja china*, tratan al lenguaje en su nivel sintáctico, es decir, saben operar las relaciones entre signos, reconociéndolos y ordenándolos, advierte las fórmulas impropias de su uso respecto a las relaciones que no se ajustan al modelo pragmático que opera dentro de ellas. Es un uso únicamente interno del empleo de los signos, que encontramos en las reglas que operan dentro del *software* que contiene. Hasta ahí todo está bien, pero ¿qué pasa cuando se trata de traspasar al terreno semántico, cuando se trasciende a los meros signos, de lo que significan y pasamos al de la significación? La cosa cambia cuando entramos a comprender lo que ocurre entre los signos y la realidad. La máquina puede reconocer las distintas formas de escribir un mismo concepto en diferentes idiomas, por ejemplo, mesa, table, Tisch, etc., pero de lo que no logrará saber la máquina es si cualquiera de esos signos (mesa, table, tisch) se corresponde o no con el objeto que está fuera de ella, y que le sirve de referente, con la cosa. Para Nuño las máquinas nunca llegan a la cosa, se quedan en la manipulación de conceptos, no a la *real thing*, sino que se quedan y se mantienen al nivel de signos, “a esas cosas que mediante letras o sonidos designan a las reales”(1994:63).

En relación a ello trae el ejemplo de la incapacidad de mentir de las máquinas u ordenadores. Nos pone ante el caso del ordenador *Hal 9000* que se nos presenta en la película de Kubrick, *2001, Odisea del Espacio*. Allí en el transcurso del viaje emprendido en un momento del trayecto la *máquina enloquece* en su viaje inicial dentro de la nave *Galaxy* hacia Júpiter, (que como bien dice Nuño, no sabemos si podemos utilizar ese término humano de

66

Refiriéndose a la dualidad mente cuerpo, máquina y fantasma de la mente, Nuño encuentra que gracias a la especificidad del lenguaje que habita en nosotros adquirimos un estatus totalmente distinto, al menos desde el punto de vista del significado de la existencia, respecto a la existencia animal.

99

“enloquecer” para referirnos al comportamiento aparentemente inusual que nos muestra dicho ordenador). El hecho es que dicho comportamiento surge porque la máquina había sido programada por los políticos, además de los científicos, con un programa que entraba en contradicción con una buena parte de la programación original para la que había sido creada. Tal contradicción lógica, que aparentemente no sabe cómo resolver sino a partir de ese comportamiento *extraño* que nos muestra, destruye o vuelve incoherente todo su sistema deductivo. El resultado: comienza a darse órdenes incoherentes que, “desde fuera se interpretaron como *locura*”(idem). La reflexión que nos presenta este autor a esta incoherencia y a la incapacidad de resolver los problemas de incoherencia en su sistema deductivo es que lo irónico que presenta la *locura* para los humanos es que ésta sólo se presenta en ellos cuando actúan o pretenden actuar con total coherencia, “pues es sabido que no hay lógica más ajustada y precisa que la de los locos”; a diferencia de las personas *normales* encontramos que actúan de manera completamente ilógica, por ejemplo, “la de decir hoy lo contrario de lo que se dijo ayer, o la de mentir para lograr algo, de mucha o poca monta, esto es, para desfasar el lenguaje de su referente”. Y es real-

mente sorprendente la conclusión a que arriba Nuño para comprender qué es lo que nos distingue a nosotros, máquina humana, de la otra máquina artificial u ordenador: “Eso, tan condenado por los moralismos, la mentira, es lo que nos salva de ser máquinas y lo que nos afirma, junto con el lenguaje, siendo humanos”(idem).

En otro de sus ensayos titulado *Mentir* (1993:17s) nos encontramos con reflexiones similares referidas a la institución social de la mentira. Haciendo partícipe de la afirmación de H.G. Wells quien decía que todo contrato social no es más ni menos que una vasta conspiración de los seres humanos para mentirse y engañarse mutuamente en nombre del bien común; la mentira, que no la tan buscada “verdad”, sería el cemento con que cuenta la sociedad para unir a los individuos con el entramado social. Dame una mentira y cohesionaré a un mundo. Y gracias a esta cualidad humana es que se pueden llegar a construir las civilizaciones y demás creaciones grupales. Y aquí vuelve a retomar el tema de *Hal 9000* de *2001 Odisea del Espacio*, que es donde parte la historia de esa supercomputadora que se dedica a matar a los tripulantes de la nave *Discovery*. Pero es en la 2da parte de esta serie, y no con la dirección de Kubrick en el plato, y ahora titulada *2010 el año que hicimos contacto*, tenía al menos el mérito de explicar el anómalo comportamiento de dicha computadora. Y vuelve a referir lo dicho ya antes. Enloquece la máquina porque además de ser programada por científicos meten la mano los políticos (nuevos villanos del cine), quedando el *software* lleno de irresolubles contradicciones para tal inteligencia artificial que tenía a su cargo el manejo y control prácticamente total de la misión. Y como nos dice el mismo Nuño “lo peor que le puede pasar a una computadora o a cualquier sistema deductivo es enfrentarse a una contradicción: enloquece, es decir, actúa contradictoriamente”. Y esta carencia de respuesta se debe a que toda máquina “inteligente” no tiene la capacidad de mentir. “Mentir: decir adrede lo contrario de lo que es en realidad algo, es un acto que sólo el cerebro humano es capaz de ejecutar. Porque sólo el cerebro humano posee la intensidad neuronal suficiente para alterar las respuestas *intencionalmente*. Ya que la mentira es ante todo una intención de ocultamiento, un recurso de evasión, una distracción en el lenguaje, una desviación del significado”. Y tiene que ser intencional para poder hablar de mentira. Nuestra separación de las máquinas que pueden utili-

zar lenguaje es que nosotros poseemos la capacidad de manejar un lenguaje de forma articulado y semántico (idem).

Es por ello que nos es imposible hablar de inteligencia que no sea la humana, propia de la que caracteriza a todo nuestro comportamiento, independiente de nuestros propios grados de inteligencia o talentos o habilidades individuales. Para Nuño las máquinas no pueden ni son ni serán inteligentes. Considera igualmente inútil que el hombre se imponga el mandato de construir una máquina tan inteligente como él pues la naturaleza misma ya ha resuelto eso gracias a la reproducción de la especie. "Basta con que engendre otro ser humano y lo forme, y ya tiene la réplica de una máquina inteligente, si es que eso se trata". Cosa distinta es si queremos entender por *inteligencia* el manejo de datos que con una mayor rapidez hacen los ordenadores respecto a la solución de cálculos, entonces si que no hay duda al respecto, las máquinas son más *inteligentes* en ese aspecto que el hombre, pero es una inteligencia limitada al manejo de datos y de unas soluciones ya dadas a priori a través de las operaciones internas que rigen a todo cálculo. "Simplemente, son más veloces".

Si bien el cerebro humano, con 150 mil millones de neuronas que se encuentran en un espacio tan limitado de unos 300 cm³, conteniendo hasta 10.000 millones de bits por cada centímetro cúbico, que hace un total de 14 billones de bits en la cavidad cerebral, y sabiendo que tal densidad de relaciones es prácticamente imposible para un ordenador -al menos hasta el momento-, que maneja menos información concentrada que el cerebro, se sabe que éste maneja densamente 10.000 veces más información que la máquina. Sólo hay que aclarar una cosa en el momento de manejar dicha información: "el cerebro, en óptimas condiciones, puede operar a razón de 10 a la 7 bits/seg, pero la computadora maneja 10 a la 17 bits/seg, lo que revela que una computadora es 10.000 millones de veces más rápida que el cerebro del hombre".

Por otra parte en ninguna máquina artificial contiene algo que pudiera compararse a los cerebros primarios de todo animal como tampoco requiere que ello exista. Comprendemos que las máquinas no tienen porque ser agresivas ni tienen que tener sed o deseos sexuales, alegría o miedo, como vimos. Si se quiere una máquina con tales características dicha máquina ya existe y es el hombre, lo cual no hay necesidad de volverla a inventar y que ahora pronto podría casi repetirse al infinito

hasta convertirse en una abominación, gracias a los avances de la biología molecular y el despistaje y manejo del código genético y todas las posibilidades que irán descubriéndose respecto a la clonación de especies y órganos.

La conclusión que podemos sacar de todo ello es, en las propias palabras de Nuño, que pensamos mejor que las máquinas pero mucho más lentamente que éstas. Las máquinas sólo debemos verlas en tanto un auxiliar instrumental que complementa a la inteligencia humana, pero que ni la reemplaza ni las puede superar. (194:64). Tampoco considera que nuestro cerebro sea una máquina pues su sistema polifuncional de distribución de tareas no lo posee ninguna máquina y provee la existencia de que la memoria, por ejemplo, sea continuamente renovada y borrada y de nuevo reactivada a través de mecanismos químicos, "como el sueño que permite el reciclaje y la recarga"(idem:68). Las máquinas carecen de la reconversión y plasticidad de la memoria humana, típica del cortex. Pero la que da una mayor distinción al cerebro respecto a cualquier máquina es al uso superior del lenguaje, el cual, a diferencia de las máquinas, no se remite a mantener un nivel formal del lenguaje, de un tratamiento sintáctico de los signos, sino una particular elaboración a un nivel semántico (referencias materiales de tales símbolos) y un nivel pragmático, referido a la intencionalidad que puede generarse por los hablantes en su pertinente selectividad. Todo ello vendrían a ser *zonas ciegas* para la máquina, la cual no puede mentir ni comprender los tonos anímicos reflejados en el lenguaje dentro de nuestra habla común (irritación, alegría, tristeza, etc) (idem:69).

Respecto a las afirmaciones que da Nuño acerca de la relación entre máquina e inteligencia, cibernética y ética, no deja de presentar su preocupación respecto a la influencia de los medios de comunicación sobre el cerebro. Para él es inquietante la actual tendencia educacional que ejercen dichos medios⁷ (sobre todo la tv y el cine), que se dirigen más a exaltar la parte del cerebro límbico y rectilíneo a través de la exaltación de la agresividad y la violencia, que unidos a la representación deformada del sexo como actividad primaria, nos vienen a dar unos significados desprovistos de contenidos verdaderamente afectivos y culturales. Ello lo lleva a comparar esa situación con los mensajes y la realidad que se construye a partir de los regímenes políticos totalitarios los cuales gracias a las repeticiones de eslóganes y

esquemas adaptados para una efectiva manipulación llegan a implantar conductas fijas, límbicas, no reflexivas, carentes de la libre y diversificada creatividad que vendría a ser del sistema superior del cerebro humano, es decir, del neocortex. Esto nos da a entender que habrá culturas y grupos humanos que podrán distinguirse por el uso de cada uno de las partes que constituyen a toda la masa craneal. Culturas que tienen más una relación con determinadas cualidades y conductas referidas ya bien sea a lo límbico o rectilíneo, el cortex y el neocortex. El equilibrio de los tres vendría a forjar una mejor relación del hombre cultural. A modo de ejemplo el filósofo nos señala lo siguiente: "Incluso esto serviría para explicar retrospectivamente ciertas floraciones culturales notables, como la de la Inglaterra victoriana (con la pléyade de los Russell, los Whitehead y el grupo de Bloomsbury, etc.) o el final del Imperio austrohúngaro, con la esplendorosa Viena de la decadencia, desde Klimt a Wittgenstein, pasando por Mahler. Porque en tales épocas, sin controles centrales (políticos) rígidos ni educación ritualizada, surge la libre creación del cortex cerebral"(1994:68).

XI. Y ESCUCHO CON MIS OJOS A LOS MUERTOS

En su libro *Escuchar con los ojos* (1993) nos encontramos que su título surge del epígrafe que nos remite a un verso de Quevedo que dice así: Retirado en la paz de estos desiertos / Con pocos pero doctos libros juntos / vivo en conversación con los difuntos / Y escucho con mis ojos a los muertos. Respecto a esta evocación justifica a Quevedo por partida doble: "por afición a lo que entra por los ojos, devoción de libros que al sueño de la vida hablan despiertos, y por nada secreta afinidad con su visión cargada y pesimista de lo que está cada vez más cerca de aparecer, vencido de la edad". El libro contiene una serie de ensayos todos ellos publicados en el diario *El Nacional* entre fines de los años ochenta y principio de los noventa. En esa obra nos encontramos con el "*Almonedas de sentimientos*" su opinión a la doble condición cultural que pulula entre la atmósfera humana de Occidente y buena parte de Oriente. Ahí nos muestra su rechazo a la cultura sentimental nocturna de la tv. Sabiendo lo limitado de aquellos que son adictos a la sensiblería e ignoran muchas de las sutilezas gracias a su dosis de ordinareiz mediática y distantes de toda

cultura callada, intimista, discreta y recogida (que es la contraria de la mediática: ordinaria, de chillidos, jípios, gritos, zarándas, etc), son aquellos que se encuentran bien instalados ante la escuela cotidiana de "sentimentalismo a chorros que todas las noches venden, para satisfacción y adiestramiento de los aficionados a las barahúndas sensibleras, los culebrones de la televisión local". Donde los televidentes sueñan en morir "ahogados en un mar de falsas lágrimas".

En su otro ensayo *Dos mundos* (1993:59), pasa a comparar las películas que eran pertinentes de una época en relación a las que han surgido luego de que el boom cibernético ha invadido nuestras electrónicas vidas. Nos llama a comparar entre películas de los años 60 como fueron *Los Amantes*, de Malle, *Je t'aime*, de Resnais o *Moderato cantabile* de Brooks con las de ahora que están llenas de monstruos cibernéticos (terminators, robo-coops y cualquier otra fauna que surge del "schwarzeneggers's style"), cintas que están todas manchadas de sangre-kepchup, entrañas bobinas, miembros arrancados, cortes de bisturí y de violencia total y gratuita como constructores principales de la trama de la película; un cine de efectos visuales que tratan de sorprender a los ya poco sorprendidos videntes más que de elaboración de discurso inteligente para su creación. Para él, este mundo cinéfilo de los 60s europeos y de los 80s en adelante hollywoodense, marca la instalación de dos mundo completamente diferentes. Para él el primer mundo, el de la temática sesentona, estaría próximo en aquello que viven en el "planeta anterior, el de la inteligencia, la reflexión, el análisis y la razón", para quienes poco pueden saborear reconocerse en aquel otro planeta donde se caracteriza por la precipitación de sensaciones y la abundancia de gritos, onomatopeyas incoherentes, y una búsqueda ante todo de excitaciones alucinadas juntas a disonancias extremas. Un arte inferior en que se ha perdido el virtuosismo del matiz por la aglomeración de ruidos e imágenes trucadas. Este mundo pareciera reafirmado, según Nuño, aún más por las posturas de última hora -ya un poco añejas- del desconstruccionismo que por lo general niega cualquier significado y jerarquía a las producciones humanas. Un mundo que presiente sólo la locura como manifestación perpetua, sin orden ni concierto y justificando por absurda que sea cualquier conducta que puede llegar a simplistas teorías nihilistas. Dos mundos que ahora se separan gracias a que "la to-

lerancia máxima en definitiva (es) la pérdida de la orientación mínima; la carencia de signos es la puerta abierta a las interpretaciones más vacías". El mundo del todo vale y nada significa nada. Pareciera que ya no se comprende realmente y de cerca el sentido tremendo de la violencia pues si bien para muchos sigue siendo un mal a erradicar para otros sólo es un ejercicio vulgar de televisión. Mundos ante los cuales cada quién puede elegir, elegir entre razón o gritos, separación de la realidad a punta de decibeles por medio de audifonos aislantes y autistas pegados a la cabeza o comprensión y gusto por un orden musical estético real. Dos mundos donde una ha tenido que dejar pasar al otro pero el peso estruendoso que arrastra, uno sucedido y otro que han ganado los terroristas invasores.

XII. EL ENGENDRO DE LA CNN

No todo lo que luce es oro, podría ser una frase que defina la opinión de Nuño respecto al imperio de noticias creado por Mr. Turner. La información mundial a través de los canales de la CNN nos hace confundir -cosa cierta- cantidad con calidad de la información. La propuesta ahora es ver qué tipo de producto informativo nos ofrece el universal sistema de noticias ante la cual la mayoría no hace sino mantener una "cierta pazguata beatería muy provinciana".

El negocio de la noticia de la CNN es el de un mundo que se resume a una masa continua de informaciones sin la más mínima reflexión sobre tal acumulación de noticias. La realidad se termina por el flujo más que por la significación de noticias. Ello da por resultado a un hombre "tan informado y tan ayuno de ideas". Nos dice lo que pasa pero nunca lo que sucede. Información con una plétora faltante de análisis y reflexión sobre lo emitido. La opinión pública termina siendo opinión de una nada en flujo. Una carga aplastante de información que termina ofreciendo una buena dosis anestésica sobre qué es realmente la realidad de cada uno.

El ejemplo que pone es la caída del muro de Berlín, la defenestración de Gorbachov y lo que significa para la historia del mundo en general tales noticias. Se acogió en el momento tal noticia como pudiera haberse acogido, en el momento, cualquier otra, dándole el mismo nivel de interés a "un volcán en Pinatubo, a los pingüinos amenazados en la Antártica, a una masacre en un supermercado en Indiana o al cólera

en Perú. Al menos pareciera que buena parte del tratamiento de las noticias estaría en aplicarle el mismo "rasero de mediocriización" y espectacularidad a la noticia. En ello pareciera establecerse el sello de marca y la tarea de CNN. "El mundo servido en bandeja, al instante y carente de perfil". Es lo mismo los tanques de Tiananmen que un desfile de modas en París.

Ello nos muestra que el "Anythings goes", el *todo da lo mismo* postmoderno vendría a ser aplicado a CNN (que es posible que tal actitud sea producto de esos mismos medios y su evolución e incrustación en la vida cotidiana de la humanidad). El canal ideal es pues un canal sin análisis, sin comentario, sin tiempo para reflexionar, una sola adhesión y asimilación de lo retransmitido para volver a seguir deglutiendo, un video-clip informativo.

Pero tal característica no es solo de CNN, ella es la principal característica de todos los medios de comunicación de este fin de siglo. CNN es únicamente un canal emblemático de tal acción mediática en donde la exacerbada promoción de información termina, por paradojas, en una atrofia informativa social. Si todo es noticia entonces nada es noticia.

El negocio de Turner nos da el ideal del hombre del presente; un hombre sin una sola idea, viviendo en el más absoluto vacío de significación, huérfano de pensamiento propio sólo transita su mente por la escandalosa espuma de las imágenes, que lo infantiliza a diario, toda una labor que ha inaugurado la construcción de "analfabetos culturales a través de la dañina y persistente lluvia que despiende el ubicuo imperio de CNN".

No podemos describir el final de ese ensayo: "En un programa televisivo científico de origen inglés, se proyectó no hace mucho el perfil de lo que se sospecha será el hombre del siglo XXI: un cuerpo especialmente desarrollado y musculoso, construido mediante una serie de dietas y *aerobics*, coronado por una ridícula y exigua cabeza reducida con capacidad craneana mínima. Debe tratarse seguramente del hijo engendrado por Ted Turner y Jane Fonda" (1993:63s). Sin embargo deberíamos recordar que ese mundo de la información no es una apertura a cierta felicidad del conocer pues, como dice Russell, "El secreto de la felicidad está en aceptar el hecho de que el mundo es horrible", por eso vale la pena no ver para nada CNN, lo único que uno advierte es eso, que el mundo es horrible y una vez aceptado podemos intentar ser felices con estar informados de nuestras propias vidas.

XIII. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONTINGENCIA

En su ensayo *De la incapacidad de comunicarse* (1993:115) encontramos una cita de escritor norteamericano Ambroise Bierce que llama al acto de comunicarse como “el arte de confirmar a los otros en sus errores”. En la comunicación el mayor problema está en la comprensión que intenten establecer los humanos; y es más importante saber que establece sólo problemas del lenguaje, y sus clasificaciones, de sus posibilidades y sus rituales. Es por ello que uno de los errores que Nuño pretende presentarnos es el sentido de lo contingente en la cultura mediática que rodea a nuestras vidas.

Lo contingente viene a ser la condición cultural del momento. Para aquellos que ya no persiguen una vida eterna y que deliran que la verdadera vida eterna está en el cielo les queda enfrentarse con ese mundo construido sobre lo pasajero, lo transitorio y lo inmediato. Aún a los fieles creyentes de inverosímiles mundos de la imaginación humana -y no divina- son llevados a tener que zanjar con lo contingente de la vida de este presente. Se vive en un constante estado fugaz, pasajero, instantáneo y evanescente tal, que cada una de esas aserciones pueden quedar englobadas en el término de lo contingente.

Si bien desde siempre ello ha estado suscrito a la vida y que ella está hecha la mayor parte por esos pasajeros instantes en lo y por lo contingente, lo novedoso de nuestro estadio cultural está en que se ha potenciado dichos estados. Nuestro mundo y nuestras vidas parecieran más inestables, más fugaces, más pasajeras, menos permanentes y garantizadas. Y parte de esta sensación de apertura a la inseguridad perpetua nos lo ha proporcionado, para nuestro filósofo, el entramado de los medios de información y comunicación en la medida que han contribuido a crear la paradoja de “a más conocimiento, menos seguridad en lo conocido”.

Para llegar a esa conclusión pone algunos ejemplos y se pregunta “¿Cómo sabemos que en efecto el hombre ha caminado por la superficie de la luna? ¿Sólo porque lo vimos en la pantalla de televisión?” Pantallas por las que también hemos visto en formato de película de ficción en cómo se ha llegado al planeta Marte “y lo hacían así a fin de obtener más dinero para sus investigaciones cuando *en realidad* no habían salido de un estudio cinematográfico”. Y como ello otras cosas: ¿Se puede saber realmente que la transmisión deportiva

“

No todo lo que luce es oro, podría ser una frase que defina la opinión de Nuño respecto al imperio de noticias creado por Mr. Turner. La información mundial a través de los canales de a CNN nos hace confundir -cosa cierta- cantidad con calidad de la información.

”

que efectúan directamente está sucediendo a la misma hora en otro lugar? ¿cómo saber si es una película o un programa diferido? Y así con personajes históricos del presente, un mediocre actor de cine: Ronald Reagan, o el emperador del Japón, en su momento, Hiro Hito, o Sajarof. Y es que si todo lo que sabemos sólo se nos proporciona por un respaldo vía de los impresos o audiovisual (Nuño los nombra con un juego de palabras: *visioauditivos*), bien se puede llegar a presuponer que desde hace rato o en cualquier momento están “engañándonos como a chinos, pues jamás tendríamos ocasión ni medio de averiguarlo y, mucho menos, de probarlo”.

¿Y cómo no dudar de los impresos? Si a ver vamos sólo pasamos a creer en ellos por la confianza depositada en el medio impreso al que somos asiduos o por la firma y su autoridad moral que registra tal comentario, hecho o verdad declarada por medio de la palabra. Y es que la palabra impresa, bien se sabe, puede servir tanto para transmitir verdades como mentiras. La diferencia entre un periódico y un libro es que el primero puede estar más plagado de mentiras anodinas mientras que el otro, y por la confiabilidad y la aparición del libro deberá responder teóricamente el editor, como responsable de ponerlo en circulación.

La imagen no queda a salvo en esta reflexión. Poner la imagen por encima de la palabra es otra sandez de nuestros tiempos. Aunque las imágenes puedan ser re-

transmitidas *directamente*, no por ello dejan de ser mera ficción, artificio y, para estar con el lenguaje actual, virtualidad. Nunca son realidad. De su capacidad de testimonio y dudabilidad dan prueba que muchas legislaciones no las aceptan como prueba de nada.

Todo ello nos abre de lleno a la explosión de las ideologías en un mundo que pretende pasarlo sin ellas. El rasgo común de toda ideología colectiva estriba en que cuanto más desarrollada sea, más tiende a ocultar la verdad práctica de la sociedad que la produce y que se manifiesta en sus acciones. Es el caso de las elevadas y exigentes acciones reclamadas por el estricto puritanismo religioso que llega hasta la época victoriana inglesa, en esa ideología encontramos que tales conductas se hallan muy alejadas de las prácticas reales de la sociedad productora de tal sistema de valores. Y termina advirtiendo, bajo la sospecha de toda argumentación no crítica, que en cierta forma la filosofía puede llegar a ser una de las más elevadas producciones ideológicas de una sociedad, lo cual significa que deforma y oculta el sentido concreto de la práctica social en alto grado (1972:84). Pero también, y en eso Nuño fue un maestro, esclarecernos para nosotros los legos en estas lides de la máscara, la sombra y el canto de sirenas que pueden arrastrar ciertas prácticas comunicacionales del presente enrarecido.

■ **David De los Reyes**
Doctor en Filosofía
y Profesor de la Universidad
Central de Venezuela

Bibliografía

- Nuño, Juan A.:
 1962: *Filosofía antigua*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
 1962: *Repertorio bibliográfico de filosofía*. Caracas: Imprenta Universitaria.
 1971: *Sartre*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
 1972: *La superación de la filosofía y otros ensayos*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
 1980: *Sentido de la filosofía contemporánea*. 2ª ed. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
 1980: *Elementos de lógica formal*. 2ª ed. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
 1982: *Compromisos y desviaciones: ensayos de filosofía y literatura*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
 1983: *Kafka: clave judía*. Mérida: Editorial Venezolana.
 1985: *Los mitos filosóficos*. México: Fondo de Cultura Económica.
 1986: *200 horas en la oscuridad: crónicas de cine*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, Dirección de Cultura.
 1986: *La filosofía de Borges*. México: Fondo de Cultura Económica.
 1987: *Sionismo, marxismo, antisemitismo: la cuestión judía revisitada*. 2ª ed. Monte Ávila.
 1988: *Doble verdad y la nariz de Cleopatra*. Caracas: Academia Nacional de la Historia.
 1988: *El pensamiento de Platón*. 2ª ed. México: Fondo de Cultura Económica.
 1990a: *La veneración de las astucias: ensayos polémicos*. Caracas: Monte Ávila.
 1990b: *La Escuela de la Sospecha. Nuevos Ensayos Polémicos*. Monte Ávila, Caracas.
 1991: *Fin de siglo: ensayos*. México: Fondo de Cultura Económica.
 1993: *Escuchar con los ojos*. Caracas: Monte Ávila.
 1994: *Ética y cibernética: ensayos filosóficos*. Caracas: Monte Ávila.
 1995: *¿Por qué existen ciudades?* Caracas: FUN-DARTE.
- 1 Sus compañeros para la época serían los filósofos Federico Riu, José Rafael Nuñez Tenorio, Ernesto Mayz Vallenilla, Eduardo Vásquez, Ludovico Silva y varias generaciones de filósofos que tendrían una significativa influencia en la formación de la intelectualidad y educación venezolana.
- 2 Vicenzo Piero Lo Mónaco, «Expansión y alternativas de estudio del Área de Filosofía en el postgrado», *Akademos* (Caracas), año 1, número 1 (junio 1999), págs. 34-37.
- 3 Sin embargo encontramos acerca del fenómeno del ruido de los medios estas observaciones: "En este mundo, sobran ruidos. Harto conocen los informadores, los semiólogos y los teóricos de la comunicación, tan precisos como banales, que el ruido acompaña inevitablemente al mensaje. Es la medida de su entropía, de su degradación, de su anunciada muerte. Cuando todo sea zumbido, cuando se pierda el código, borradas las significaciones, predominará el ruido, un absoluto y ensordecedor ruido, inmensa barahúnda cacofonía, en que culminará esta civilización gárrula y rimbombante, disonante y parlera, productora de ruidos sin ton pero con son". Refiriendo a Heráclito nos presenta cómo este filósofo, en una cultura de la observación o de lo visual, se percató de que los ojos eran más fiables que los oídos pues necio es quien se agita o preocupa en palabras. Pero ¿qué sucede hoy? "¿Puede alguien concebir un programa de televisión silencioso, callado, y a este triste mundo sin televisión?" Ruidos por doquier, aturdimiento, ignorante garrulería, algarabía tecnológica. Falta el añorado silencio. (1991:185/187)
- 4 Eclecticismo proviene de la palabra griega *ex-légo*, que en principio refiere a aquel que elige todo y, por principio, no está eligiendo nada, sobre todo no *sabe* qué esta eligiendo.
- 5 Nuño da el ejemplo del escritor Abel Pose que como típico autor postmodernista (no siendo el único), en sus obras construye un lenguaje falso (metalenguaje sobre un supuesto lenguaje) imitando el supuesto español del siglo XVI. También estaría aquí al mediático intelectual Humberto Eco que a partir de un pasado construido por mescolanzas de situaciones y expresiones, escribe sus novelas. Autores productos paródicos, aspiran a la venta masiva de sus productos (1985:250)
- 6 *La Amenaza de los Best-sellers*, 1991:p.130-132.
- 7 Nuño expresa en distintos escritos las virtudes que nos quieren hacer ver acerca de los medios de comunicación. En su ensayo sobre "Verdad y realidad" nos lanza su descripción de la significación de la invención de los medios de comunicación audiovisuales que a partir de las imágenes transmitidas a distancia planetaria, para *conocer* -según la aserción actual que le da el sentido común mediático a dicho término-, bástese un mínimo esfuerzo, "el desdénable esfuerzo de pulsar un selector de canales y al instante la realidad en brillantes colores y pantalla agigantada se le ofrece al pasivo espectador", obteniendo así "nada menos que la realidad". E igualmente lo llamado por *verdad* -o veracidad- se nos puede llegar a ser servido en bandeja de plata, entrando por ojos y oídos pero quedándose sólo por unos momentos ahí y hasta ahí, "sin avanzar mucho más en la sutil red del sistema nervioso", afectando más al sistema límbico que al cortex o al neocortex, es decir, más a nivel de lo emotivo que en el nivel secuencial a ello, a la reflexión y a la creatividad que pudiera generarse a partir de ello sacudiendo a nuestras vidas de la letárgica pasividad en que caemos gracias a esa misma narcosis mediática, (1993:75ss). El otro efecto que produce el conocimiento es que a medida que comprende uno más cuan difícil puede ser obtenerlo y crearlo por parte de un sujeto se comienza a desconfiar de todo lo que se nos de por *fácil*, "servido sin apenas un esfuerzo por su parte". Y una de las características determinantes que ha generado la aparición de los medios de comunicación no es que la realidad, el mundo, se haya reducido, sino que se ha invertido la relación tradicional entrando la realidad mutable o cambiante a diario en casa, ahora el mundo es el que entra en casa. Antes se salía de casa para *conocer* al mundo, se viajaba para conocer, el mundo estaba fuera de casa, y la realidad de las cuatro paredes era muy poco para considerarse un *hombre de mundo*. Y es ello lo que ahora se ha invertido, a decir de Nuño. No hace falta salir de nuestra casa para que la realidad del mundo se encuentre a nuestro alrededor y ello gracias a "una caja mágica, de ruidos y sombras". "La realidad cada vez está menos fuera y cada vez se interioriza más has-
- ta hacerse tan familiar como el cepillo de dientes o el sillón favorito. Lo curioso es que a medida que la realidad se integra al espacio familiar, se cree menos en ella, de tal modo que sobreviene la gran paradoja: conforme se acerca, se aleja" (idem:78ss). Obteniendo la certeza para algunos de que cuanto más se vuelve la realidad cotidiana, doméstica, instantánea a voluntad se transforma en un cuerpo más y más extraño para quien así la percibe. A esta pérdida de realidad exterior por haberse introducido lo exterior de la realidad en casa por medio de los recursos técnicos, Nuño no deja de asombrarse de la experiencia de mundo que tendremos frente a lo que se ha dado llamar por el oximoron como *realidad virtual*. La realidad virtual pudiera ser una especie de *humedad seca* o un *círculo cuadrado*, siendo su denominación una "broma metafísica de mal gusto o un juego de palabras que linda con el oximoron".
- Entre los posibles efectos negativos que especula, encuentra que gracias a la realidad virtual se llegará a atrofiar la lengua, se cierran los poros y nos quedemos a la larga cual ratones ciegos, aislados en la oscuridad de la única realidad existente por llegar a convertirnos en extremos adictos "a la más luminosa y gratificante realidad virtual de la fantástica maquinita insertada a voluntad en la cabeza" (se refiere al casco y guantes necesarios para *navegar* en la realidad virtual). (ver: "La realidad virtual"; 1990*:23s)
- Soslayando las buenas y sustanciosas ganancias comerciales de tal invento no deja de imaginar el futuro que ya es presente cuando se refiere a la posibilidad de instalarse un casco y unos guantes, sentir la *realidad*, por ejemplo, de los bosques de Turingia en otoño, o degustar *realmente* una comida del Gran Vefour o de apreciar la sensualidad del cuerpo de Kin Basinger. Todo ello será dado más y más fácil, más cercano, más interiorizado pero menos *externo*. Serían los efectos *positivos* hasta cierto punto.
- Imaginando un posible diálogo y preguntándose uno de los interlocutores a otro sobre "¿qué harás esta noche?" le dice que irá a conocer cómo fue la batalla de Waterloo. Entonces lo hará y "sentado en su poltrona, empuñando, conocerá la realidad de las balas, los gritos de los heridos, la pegajosa suciedad del barro, la pertinaz lluvia de aquel día, los tristes relinchos de los caballos agonizantes, las guturales voces sajonas, hasta escuchar, de la propia boca de Cambronne, la palabra consagrada, magnífica, definitiva y redonda, que tan bien resume todo: desesperación, rabia y aun el mundo de una realidad ofrecida de modo tan simplificado, tan completamente simplificado" (idem: 79/80).
- Igualmente se plantea los cambios que se han generado respecto a la experiencia humana del amor. De ser un sentimiento y una emoción oscura, indefinible y misteriosa se ha transformado en un evanescente *feeling*, aquella sensación que se sufre apenas en unos minutos y que ocurre entre un disco de rock y un programa de nintendo o de parabólica. Si sólo lo que cuesta se disfruta y adquiere valor, el amor ha caído en algo casi desapercibido pues cuando se hable, si es que se habla, y los ruidos monótonos de nuestro cerco electrónico lo permiten, nos referiremos a cualquier cosa menos a eso que se llamaba amor (idem:122).

Televisión



e investigación

Análisis de las tendencias investigativas en Venezuela 1960-1999

Resumen

Como una contribución al entendimiento de la investigación comunicacional en el país, en este trabajo se hace una revisión crítica y analítica del estado del conocimiento sobre televisión en Venezuela desde 1960 hasta 1999. Se trata de un estudio descriptivo con base en documentación secundaria, constituida por los trabajos publicados en formato de libro y los trabajos de ascenso de investigadores de las universidades Central de Venezuela (UCV) y Católica Andrés Bello (UCAB). La revisión de los 53 documentos producidos por investigadores venezolanos sobre la televisión muestra a una comunidad académica dedicada a la investigación de la comunicación bastante pequeña, pero que ha alcanzado la suficiente calidad y originalidad en los enfoques de sus análisis como para lograr repercusión e influencia en el contexto internacional, especialmente en el latinoamericano.

Abstract

This study is a contribution to the understanding of communication research in Venezuela from 1960 to 1999. It is a descriptive evaluation using secondary sources from books and research publications from the Central University of Venezuela (UCV) and the Andrés Bello Catholic University (UCAB). It entails a revision of 53 documents published by Venezuelan researchers and reveals that there exists a small academic research community that nevertheless has achieved sufficient originality and quality in their research to have had important impact and influence in the international context especially in Latin America.

■ Elsa Pilato

En Venezuela, al igual que en la región latinoamericana, no son frecuentes los estudios que describan el conjunto de investigaciones sobre la comunicación y, específicamente, que analicen el conocimiento que ha generado la investigación sobre el medio de comunicación más influyente y de mayor controversia en todo el mundo durante el siglo XX: la televisión.

Un aporte reciente fue realizado por Jesús María Aguirre, quien caracterizó las claves teóricas de mayor significación e influencia desde los años 50 hasta 1990, delimitando algunas variables de orden estructural, epistemológico y metodológico. Este análisis se centró en una “*preocupación inicial por el periodismo impreso -etapa que bien pudiera denominarse la de la reflexión sobre la práctica periodística en una ‘aldea impresa’- y la sustitución progresiva por la crítica e investigación de los medios audiovisuales, que hoy constituyen la ‘galaxia audiovisual’*” (Aguirre, 1996: 12).

El autor señala que contribuciones anteriores tuvieron un carácter taxonómico, con interpretaciones sintéticas de métodos y temáticas preferidos y “*sin una discusión crítica de los presupuestos epistemológicos y de sus implicaciones investigativas*” (Aguirre, 1996: 19).

En este sentido, específicamente sobre la televisión, son de destacar los aportes realizados por los trabajos de Leoncio Barrios y Gladys García (1989) y de Yelitza Cova e Ingrid Rojas (1994). Los primeros elaboraron un estudio bibliohemeroográfico de todas las investigaciones venezolanas sobre el tema de la familia y la televisión realizadas entre 1953 y 1988 y divulgadas en distintos tipos de documentos, incluyendo libros, folletos, artículos de opinión, entre otros. Ellos describieron las principales temáticas y planteamientos y propusieron a los organismos estatales algunas líneas de acción encaminadas a mejorar la calidad de la televisión venezolana.

Por su parte, Cova y Rojas (1994) levantaron información de la producción bibliográfica sobre los medios audiovisuales (radio, televisión y cine). Su esfuerzo, que formó parte de un trabajo más amplio, estuvo encaminado a la producción de una base de datos de bibliografía venezolana de comunicación social, tanto para consulta como para evaluación, pues el análisis incluyó aspectos vinculados a la orientación teórica y metodológica.

En América Latina, tal como dijimos antes, también son escasos los análisis sis-

“

Si bien la aparición de la TV en Venezuela es anterior a 1960, tomamos ese año como punto de partida para el análisis porque es apenas a finales de esa década que se manifiesta interés por el conocimiento de la realidad comunicacional

”

temáticos y en profundidad sobre las prácticas investigativas en el campo de la comunicación. (Fuentes Navarro, 1991: 18). Así, el investigador Enrique Sánchez Ruiz (1992: 13-15) explica, refiriéndose al caso de México, aunque bien estas apreciaciones pueden calzar en nuestro entorno, que, entre otras razones, el hecho de ser relativamente reciente, hace que la investigación sobre comunicación tenga en el ámbito de las ciencias sociales y humanas un estatus de “inmadurez” y se halle en una “posición triplemente marginal”. Primero, por incluirse en el ámbito de la investigación científica en general que parece no tomarse en cuenta en las prioridades nacionales de desarrollo; en segundo lugar, por la baja estima hacia los investigadores en la percepción social y la poca visibilidad de los logros científicos ante la mayoría de la población; y, finalmente, por ser una actividad del área social y humanística que es a su vez marginada dentro del contexto de la ciencia.

Sobre la investigación de la televisión, Sánchez Ruiz, en su indagación *Tendencias en la investigación sobre televisión en México 1950-1990* (1992), estableció el perfil del conocimiento generado acerca de la TV mexicana y sobre el contexto histórico en el cual surgió y se desarrolló durante esas cuatro décadas.

Como una contribución al entendimiento (*valga decir: contexto conceptual, problemáticas y tendencias metodológicas*) de la investigación comunicacional en el país, en este trabajo pretendemos realizar un balance analítico de los estu-

dios sobre el medio televisión a partir de los años 60, iniciando con el establecimiento del perfil taxonómico del conocimiento producido hasta indagar e interpretar los cambios en el objeto de estudio y en los marcos teórico-metodológicos.

Para ello nos hemos planteado como objetivo general *analizar las investigaciones acerca de la televisión venezolana publicadas en formato de libro y las realizadas como trabajo de ascenso por investigadores de las universidades Central de Venezuela y Católica Andrés Bello entre 1960 y 1999.*

Los resultados de este análisis contribuirán a determinar las características del conocimiento que la investigación ha aportado sobre la televisión, el medio de comunicación de masas más extendido en todo el mundo, para de este modo favorecer el esfuerzo de compensar la carencia de sistematización y análisis crítico de esta área en Venezuela.

I. ¿CÓMO NOS ACERCAMOS A QUÉ SE HA DICHO SOBRE TV EN VENEZUELA?

En el marco de una investigación documental, realizamos una revisión crítica y analítica del estado del conocimiento sobre televisión en Venezuela desde 1960 hasta 1999. Se trata de un estudio descriptivo con base en documentación secundaria, constituida por los trabajos publicados en formato de libro y los trabajos de ascenso hechos por investigadores de las universidades Central de Venezuela (UCV) y Católica Andrés Bello (UCAB).

Los documentos analizados están constituidos por todas las investigaciones conocidas realizadas por autores venezolanos sobre la TV venezolana y publicadas en formato de libro entre 1960 y 1999; a estos textos agregamos los trabajos de ascenso sobre el tema desarrollados por profesores de la UCV y la UCAB en el mismo período y en las carreras de Comunicación Social, Sociología, Psicología y Educación, las cuales agrupan a los investigadores de la comunicación más importantes del ámbito académico nacional.

El estudio de los trabajos de ascenso se limita a dos universidades del país, debido a problemas de disponibilidad de recursos y tiempo para traslado al interior. Sin embargo, la producción investigativa en estas dos instituciones es representativa del conjunto de estudios nacionales, pues son sedes de dos de las Escuelas de Comunicación Social más importantes y antiguas del

país y cuentan con investigadores reconocidos en el área de la comunicación.

Para seleccionar y ordenar los estudios sobre la televisión que desde 1960 y hasta 1999 han sido publicados como libro y los realizados como trabajos de ascenso empleamos el análisis bibliométrico, el cual consiste en la revisión de bases de datos que permite obtener una descripción de las principales tendencias que presentan los productos de investigación sobre la televisión venezolana en el período señalado, las dimensiones de la comunidad científica del área, la distribución de los temas y las instituciones en donde se realiza la investigación (Sánchez Ruiz, 1992: 22-23). Para realizarlo accedimos a las unidades de documentación, y sus respectivas bases de datos, del Centro Gumilla - que posee una de las bibliotecas en el área de comunicación más completas e importantes del país- de la UCV y de la UCAB. Igualmente, nos apoyamos en el trabajo realizado por Cova y Rojas (1994), que contiene información de la producción bibliográfica venezolana sobre los medios audiovisuales.

Si bien la aparición de la TV en Venezuela es anterior a 1960, tomamos ese año como punto de partida para el análisis porque es apenas a finales de esa década que se manifiesta interés por el conocimiento de la realidad comunicacional. "*Para ese momento ya teníamos treinta años de la instalación de la primera radio en el país, diez años de la primera planta de televisión, ya se iniciaban los grupos de editores de diarios y publicaciones y empezaba a haber un incipiente interés de la población por la asistencia al cine*" (Aguirre y Bisbal, 1990: 61).

En nuestra revisión bibliográfica nos fundamentamos en el estudio del investigador mexicano Enrique Sánchez Ruiz (1992), al igual que en los trabajos de revisión investigativa realizados por el también mexicano Raúl Fuentes Navarro (1991 y 1996) y el venezolano Jesús María Aguirre (1996). Estas investigaciones son las que intentan *caracterizar el panorama investigativo en general (desde tendencias, metodologías, resultados...)* en sus respectivos países.

Nos inspiramos en estos estudios, considerados por investigadores de la región como *los más completos y acabados que se han producido con carácter de totalidad en América Latina*, pero en este trabajo abordaremos únicamente al medio televisión.

Para el análisis del período propuesto de 1960 a 1999 describimos los documentos

“

**En esta investigación hemos
analizado un total
de 53 documentos entre libros
publicados (41) y trabajos
de ascenso de profesores
en dos universidades (12)**

”

de la muestra, resaltando lo más relevante en cada década estudiada, a nivel de temas y de fundamentos teóricos y metodológicos (Sánchez Ruiz, 1992: 8).

Por último, con base en categorías temáticas, surgidas de la caracterización de los documentos de la producción investigativa sobre televisión en Venezuela, realizamos un análisis que nos permitirá tener un conocimiento acabado de cuáles han sido los contextos conceptuales, problemáticas y tendencias metodológicas sobre la televisión venezolana.

Estas categorías temáticas de acuerdo con la información obtenida en la revisión documental son las siguientes:

- *Estructura económica*: estudios sobre la constitución económica y mercantil del medio, vínculos con la publicidad comercial y capital extranjero.
- *Dependencia y dominación*: análisis sobre la dependencia cultural y la dominación imperialista y concepción de los medios de comunicación de masas, entre ellos la TV, como factores de desarrollo.
- *Políticas de comunicación*: Caso Ravelte, aspectos económicos y de libertad de expresión.
- *Recepción y efectos*: lectura crítica de los medios, recepción activa y efectos sobre los espectadores.
- *Contenidos y programas*: análisis de los mensajes y del contenido de los programas.

- *Telenovelas*: estudios sobre este género televisivo.
- *Educación*: preocupación por la función educativa del medio, plasmada en diagnósticos y evaluaciones sobre su aplicación en el área educativa.
- *Iglesia-TV*: análisis sobre la relación entre el medio y la Iglesia vinculados al tema del desarrollo.
- *Legislación*: estudios acerca de los aspectos jurídicos de la televisión.
- *Técnica*: aproximación al medio mediante el análisis de sus aspectos técnicos.
- *Investigación*: constitución del objeto de investigación y delimitaciones, revisión crítica de los paradigmas de investigación.
- *Historia*: recuentos históricos sobre la televisión.

Estas categorías temáticas no son mutuamente excluyentes, por lo que un documento puede ser clasificado en dos o más de ellas. Esto obedece a que en un estudio se puede tratar en forma simultánea dos o más dimensiones de la televisión. La inclusión de un documento en una determinada categoría significa que éste aporta en alguna medida conocimiento sobre ese tema, aunque no necesariamente de modo exclusivo ni exhaustivo (Sánchez Ruiz, 1992: 32).

De la muestra de documentos

La investigación se centra en el ámbito académico, aunque somos conscientes de que buena parte de la investigación sobre comunicación y televisión en particular es realizada por agencias de investigación de mercados y de *ratings*. Consideramos que ésta se limita al empleo de metodologías cuantitativas, a la aplicación inmediata de los datos obtenidos, con pocas innovaciones que no aportan demasiado a la discusión epistemológica. A esto se agrega que son por lo general de carácter confidencial, por lo tanto, de difícil acceso para su estudio, además de que abarcar este ámbito constituiría otro tema de investigación.

En el ámbito académico nos limitamos a los trabajos de ascenso -excluyendo a las tesis de licenciatura- porque su estudio puede ilustrarnos sobre el nivel y las dimensiones de una comunidad de investigadores y los temas y líneas de investigación que aborda para comprender la televisión. Si bien las tesis de licenciatura

pueden responder a líneas de investigación dictadas por las escuelas -aunque sabemos que por lo general los temas son muy variados y libres- a través de los trabajos de ascenso podremos identificar con mayor precisión quiénes son los investigadores que con continuidad trabajan la materia y sobre qué investigan cuando hablamos de televisión en Venezuela.

Una vez identificados los trabajos llegamos a seleccionar un total de 53 documentos para la muestra. Es importante señalar que no fue posible ubicar seis (6) libros -cuyos títulos obtuvimos en las revisiones bibliográficas- en ninguna de las bibliotecas visitadas. La inclusión de este grupo de documentos habría ampliado la muestra hasta 59 textos.

De los 53 documentos que conforman la muestra definitiva, 28 tienen como objeto único de estudio a la televisión. Los otros 25 contienen apartados específicos sobre este medio o analizan desde una perspectiva general a la radiodifusión (incluyendo también a la radio). Creemos pertinente la inclusión de este grupo de documentos en el análisis fundamentalmente por los conocimientos que aportaron a la investigación venezolana sobre comunicación y porque muchos de ellos representaron hitos en el país en cuanto a sus novedades teóricas y metodológicas. En palabras de Sánchez Ruiz (1992: 24): "(...) *estamos seguros que constituyen aportaciones importantes para el conocimiento de alguna dimensión del desempeño social de la televisión en nuestro país*".

Asimismo, fueron tomados en cuenta como libros los estudios monográficos publicados en la serie *Apuntes* de la UCV, ya que, a pesar de tratarse ésta de una publicación seriada, en los tres números considerados para esta investigación se recogen casi en su totalidad investigaciones sobre la televisión realizadas por estudiosos venezolanos y que, en su momento, enriquecieron el debate acerca de la TV en el país.

Por último, aclaramos que los documentos consultados y finalmente seleccionados en la muestra de 53 libros y trabajos de ascenso fueron todos aquellos que pudimos conocer e identificar a través de las bases de datos y cuya ubicación física y acceso estuvo a nuestro alcance.

Estamos seguros que el grupo de estudios analizados son representativos para a partir de ellos identificar de forma confiable las características y tendencias más importantes de la investigación sobre televisión en el país.

Cuadro N° 1
Estudios sobre Televisión en Venezuela (1960-1999)
Década de Aparición de los Documentos

Década	Libros	Trabajos de Ascenso	Total	Porcentaje
Sesenta 1960-69	5	1	6	11,32
Setenta 1970-79	12	3	15	28,30
Ochenta 1980-89	11	1	12	22,64
Noventa 1990-99	13	7	20	37,74
Total	41	12	53	100,00

Cuadro N° 2
Estudios sobre Televisión en Venezuela (1960-1999).
Autores de dos o más documentos

Nombre del Autor	Nº de Documentos
Aguirre, Jesús María	2
Bisbal, Marcelino	3
Barrios, Leoncio	5
García, Gladis	2
Capriles, Oswaldo	4
Colomina, Marta	2
Hernández, Gustavo	3
Mayobre, José Antonio	2
Mujica, Héctor	2
O'Sullivan, Jeremiah	2
Pasquali, Antonio	3
Santorio, Eduardo	2
Total	32

Cuadro N° 3
Estudios sobre Televisión en Venezuela (1960-1999)
Distribución de libros por tipo de Institución que propició su publicación
N= 41 (no excluyentes)

Institución	Número	Porcentaje
Universidades	15	34,88
Monte Avila Editores	8	18,60
Editoriales Comerciales	7	16,28
Organismos del Estado	6	13,95
Fundaciones	2	4,65
Centros de Investigación	2	4,65
Asociaciones	2	4,65
Organización Gremial	1	2,33
Total	43	100,00

II. LA INVESTIGACIÓN SOBRE TELEVISIÓN

En esta investigación hemos analizado un total de 53 *documentos* entre libros publicados (41) y trabajos de ascenso de profesores en dos universidades (12). Consideramos que esta muestra es representativa de la producción de estudios sobre la televisión entre 1960 y 1999 porque está constituida por todos los libros y los trabajos de ascenso conocidos y a nuestro alcance que investigan alguna dimensión del medio. Con base en ella podemos aproximarnos de forma confiable a la identificación de las tendencias dominantes de la investigación sobre el tema que con rigor académico se ha realizado en el país en los últimos cuarenta años.

El período estudiado comprende cuarenta años, por lo cual hemos definido las cuatro décadas analizadas de la siguiente manera: la década de los sesenta desde 1960 a 1969; década de los setenta de 1970 a 1979; década de los ochenta de 1980 a 1989; y década de los noventa de 1990 a 1999.

Del conjunto de documentos observamos que la mayoría (siete) de los trabajos de ascenso corresponde a estudios realizados en los años noventa. Las décadas de los sesenta y ochenta fueron las de menor producción de esta categoría: sólo un trabajo de ascenso en cada una de ellas (Santorio, 1966 y Bisbal, 1988).

Los trabajos de ascenso sobre la TV de la UCAB son apenas tres, dos de ellos de los años noventa y todos de la Escuela de Comunicación Social. En la UCV, la mayoría (cinco) también son estudios presentados en la década pasada. Casi todos fueron escritos por investigadores de reconocida trayectoria en el estudio de la comunicación en el país, aunque no necesariamente son comunicadores sociales de profesión, los hay psicólogos y sociólogos y graduados en artes.

De los 41 libros incluidos en la muestra, 12 son producción de dos o más inves-

tigadores, de los cuales en cuatro figuran como autores nombres de instituciones, que son las siguientes: cuatro entes gubernamentales (Congreso de la República, Consejo Nacional de la Cultura, Instituto Nacional del Menor y Ministerio de Estado para la Participación de la Mujer en el Desarrollo) y un instituto de investigación universitario (ININCO de la Universidad Central de Venezuela).

Además de estos cuatro documentos en los que se presentan como autores, diferentes organismos del Estado aparecen en otros cinco libros bajo la figura de patrocinador o demandante del conocimiento de la investigación (Ministerio de Educación, Ministerio de Comunicaciones y, además, nuevamente el Conac y el Congreso de la República).

Los restantes 29 libros -según los créditos de la publicación- fueron producto de un esfuerzo individual aunque respaldado en la mayoría de los casos por instituciones académicas.

Con respecto a la producción de los investigadores, 12 autores tienen como producto dos o más documentos. Estos nombres son los responsables de más de la mitad (32) de los libros y trabajos de ascenso sobre TV en cuarenta años. De esa docena, cinco realizaron tres o más investigaciones, siempre con el apoyo de una institución académica o un centro de investigación, y las publicaron o las presentaron en sus universidades.

Los nombres de esos doce investigadores son los siguientes: Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, Leoncio Barrios, Gladys García, Oswaldo Capriles, Marta Colomina de Rivera, Gustavo Hernández, José Antonio Mayobre, Héctor Mujica, Jeremiah O'Sullivan, Antonio Pasquali y Eduardo Santoro. Otros 33 investigadores¹ figuran como autores o coautores en 24 documentos.

Observamos que de las 41 publicaciones, 15 fueron editadas por instituciones universitarias (10 por la Universidad Central de Venezuela, tres por la Universidad del Zulia y dos por Universidad Católica Andrés Bello); ocho por Monte Avila (editorial del Estado venezolano); siete por editoriales comerciales; seis por organismos del Estado; dos por fundaciones; dos por centros de investigación; dos por asociaciones (Asociación Venezolana de Educación Católica, AVEC, y Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, RTSP); y otra por una organización gremial (Convención de Periodistas).

Como observamos en el Cuadro N° 4, los 41 libros fueron publicados por 43 edi-

“

En la década de los sesenta aparecen en el país los estudios pioneros sobre la televisión que marcarán toda la investigación posterior. Los trabajos de Antonio Pasquali (1963 y 1967) irrumpieron con su perspectiva crítica en un contexto en el cual predominaban los análisis mercadotécnicos y publicitarios con base en los paradigmas teóricos estadounidenses

”

tores. Esto porque en *El consumo cultural del venezolano* (Aguirre, Bisbal y otros, 1998) y en *Estereotipos sexuales y géneros televisivos en Venezuela* (García, 1992) figuran como coeditores para cada uno dos instituciones: en el primero la Fundación Centro Gumilla y el CONAC, mientras que en el segundo de los libros mencionados son Cisfem y el Consejo Nacional de la Cultura.

Las universidades fueron las instituciones que publicaron el mayor número de libros durante las cuatro décadas estudiadas. De las tres que aparecen en la muestra, fue la UCV la que publicó más con diez.

Otro dato para destacar es que siete de los trabajos de ascenso considerados también fueron publicados parcial o totalmente en forma de libro. Estos son los siguientes: Eduardo Santoro, 1966; Héctor Mujica, 1973; Oswaldo Capriles, 1976; Leoncio Barrios, 1990; José Antonio Mayobre, 1991; Gustavo Hernández, 1995; y Jeremiah O'Sullivan, 1998.

Igualmente, seis libros corresponden a los textos publicados de otros tantos trabajos de grado para optar al título de comunicador social (Hernán Febres y Mercedes Pérez Osuna, 1972; Josefa Vicente, 1988; Nathalie Alvaray, Zamawa Arenas y Anacristina Tkachenko, 1992; Toni Carrasco, 1993), de sociólogo (Lulú Gimé-

nez y Angela Hernández, 1988) y de doctor en psicología social (J. Asdrúbal Contreras Arellano, 1987).

Principales temáticas y líneas de investigación

La *década de los sesenta* (1960-1969), punto de partida de nuestro análisis, marca el inicio del interés de los investigadores de la comunicación en Venezuela por el estudio de la televisión a través de documentos que por lo general abordaban los efectos del medio y advertían sobre las consecuencias negativas sobre el público.

En la década de los sesenta aparecen en el país los estudios pioneros sobre la televisión que marcarán toda la investigación posterior. Los trabajos de Antonio Pasquali (1963 y 1967) irrumpieron con su perspectiva crítica en un contexto en el cual predominaban los análisis mercadotécnicos y publicitarios con base en los paradigmas teóricos estadounidenses.

Dentro de los estudios pioneros, los realizados por Marta Colomina (1968), y Eduardo Santoro (1966 y 1969), si bien incorporan una perspectiva crítica a su reflexión, debido a la influencia de los libros de Antonio Pasquali, estudian la problemática de la recepción y efectos del medio bajo el paradigma funcionalista con el uso de encuestas por muestreo y métodos de análisis de contenido. Su originalidad radica, como apunta Jesús María Aguirre, “no tanto del cuestionamiento epistémico del funcionalismo sino de la interpretación crítica de los resultados obtenidos” (Aguirre, 1996: 46).

Las temáticas y líneas que guiaron estas investigaciones son: el estudio de la estructura económica del medio, de la dependencia cultural y la dominación extranjera, del contenido de los programas, de la recepción y los efectos, especialmente en mujeres y niños. Asimismo, aparece la telenovela ya como género más representativo y de mayor aceptación de la televisión venezolana y el interés por su influencia en las audiencias femenina e infantil.

Otra investigación correspondiente a los años sesenta (Ibáñez, 1968) es una recopilación documental fundamentada en los estudios de Colomina, Pasquali y Santoro. Se destaca en este trabajo la presencia del tema de la televisión educativa y el uso del medio para la difusión del mensaje de la Iglesia.

Comunicación y cultura de masas es la obra emblemática de esta década, con ella se inaugura la investigación académica como denuncia de la presencia estadouni-

dense en los contenidos de los programas de la televisión venezolana y, en general, de la latinoamericana.

Por su parte, Colomina y Santoro fundamentan sus hipótesis en un elenco de estudios de teorías provenientes del campo psico-comunicacional, como las de los agentes cooperantes de Joseph Klapper, la del aprendizaje por observación de A. Bandura y L. Berkowitz, la del reforzamiento de Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson y Hazel Gaudet (Hernández, 1999: 62).

La década de los setenta (1970-1979) son de preocupación por el papel del Estado en lo relativo a la comunicación. Estos años están marcados por el debate sobre las políticas nacionales de comunicación, el nuevo orden internacional de la información y la discusión sobre el papel que los medios masivos deben tener en la sociedad venezolana. Asimismo, los enfoques de la dependencia cultural y la dominación imperialista guiaron muchas de las investigaciones realizadas en estos años.

El *Proyecto Ratelve* (ININCO-CO-NAC, 1976) y *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela* (Capriles, 1976) pueden ser consideradas como las investigaciones que mayores aportes hicieron en este campo. Acosta Sanabria (1972) y Febres y Pérez Osuna (1972) realizaron estudios de aproximación al tema e hicieron apenas los primeros intentos para un diagnóstico de la radiotelevisión venezolana con miras a la implantación de políticas nacionales de comunicación.

Los otros temas dominantes de la década son el estudio de los efectos nocivos de la televisión en diferentes audiencias; de la dependencia y la dominación por la sociedad capitalista a través de los contenidos de los programas emitidos por la TV; del análisis de los contenidos mismos de los programas, destacándose el género de la telenovela; del examen desde el punto de vista técnico de la televisión; del enfoque que debe guiar las investigaciones sobre el medio.

En la *década de los ochenta* (1980-1989) se publican 11 libros y se realiza un trabajo de ascenso que se corresponden con 22,64 por ciento de los documentos considerados para esta investigación. En general, en este conjunto de estudios se advierte el interés de los investigadores de la época por abordar los temas de la recepción activa de la televisión y de los efectos del medio sobre el público, pero no únicamente a través de análisis de contenido y/o encuestas sino con el empleo de métodos cualitativos de investigación.

“

Como lo más destacado de los años ochenta, podemos mencionar que Barrios (1988) dio inicio a las publicaciones más importantes producidas en el ámbito académico sobre la relación entre familia y televisión.

”

Los temas y líneas de investigación explorados en la década fueron aquellos vinculados a la relación entre la familia y la televisión, y entre el medio y la educación, específicamente en la formación de televidentes críticos a nivel escolar. Igualmente, fueron abordados los efectos de la televisión entre diferentes tipos de audiencia, la escolar y la adulta, indagando sobre el tipo de conexión entre televidente y televisión y también sobre los efectos de los contenidos y programas violentos emitidos. La legislación y los diagnósticos sobre la investigación de la comunicación y de la televisión y de la estructura económica del medio fueron otros de los tópicos de esta etapa.

Como lo más destacado de los años ochenta, podemos mencionar que Barrios (1988) dio inicio a las publicaciones más importantes producidas en el ámbito académico sobre la relación entre familia y televisión observada desde una perspectiva cualitativa. En este trabajo ya se advierte la influencia de las teorías que influenciarán su investigación en esta misma década (1989) y durante los años posteriores: los usos sociales de la televisión y la aplicación del método de investigación cualitativa al conocimiento de la familia y de la audiencia de los medios. Igualmente, los trabajos de Aguirre y Bisbal (1981) y Giménez y Hernández (1988) constituyen hitos importantes de los ochenta pues tuvieron una marcada influencia en las investigaciones posteriores.

En la *década de los noventa* (1990-1999) se acentúa el interés por el estudio de los procesos de recepción activa de la televisión; el tema de la violencia en los contenidos es objeto de investigaciones encargadas desde el Estado; y se analiza también con frecuencia la relación TV-educación. En estos años la preocupación de los investigadores venezolanos se centró, más notoriamente que en la década anterior, en conocer los procesos de recepción de los televidentes en diferentes contextos como el familiar o el escolar. También se evidenció el interés por la relación televisión y educación y las maneras de hacerla más armoniosa para contrarrestar los efectos nocivos del medio. Asimismo, volvió a manifestarse en algunas publicaciones la predilección por el tema de las políticas nacionales de comunicación y cultura y el rol del Estado en la materia.

En la fundamentación teórica y metodológica se observa la influencia de los trabajos desarrollados por autores anglosajones como James Lull (1988 y 1990), en las áreas de los usos sociales de la televisión y la aplicación de métodos cualitativos para la observación de la familia, y Anthony Giddens y su teoría de la estructuración (1991 y 1995).

Del contexto latinoamericano la influencia provino de los estudios de Mario Kaplún, en el campo de la comunicación educativa y popular y en la formación de receptores críticos; Jesús Martín-Barbero, en la teoría de las mediaciones, a su vez influido por las contribuciones de Pierre Bourdieu (conceptos de hábitos y capital cultural) y de Michel De Certeau (usos sociales); Guillermo Orozco, múltiples mediaciones; y Néstor García Canclini con sus trabajos sobre el consumo cultural.

Principales temáticas y líneas de investigación

De acuerdo con las categorías surgidas de la caracterización de los 53 documentos que hemos descrito, presentamos a continuación las principales líneas temáticas que guiaron la producción investigativa sobre televisión en Venezuela entre 1960 y 1999.

Estructura Económica

En los años sesenta, con los trabajos pioneros de Antonio Pasquali, comenzó a perfilarse la crítica en la investigación venezolana hacia la manera cómo estaban constituidos los canales privados de televisión, su estudio desde el punto de vista mercantil con el análisis de la estructura

económica, de la dependencia de las industrias culturales transnacionales y de la publicidad como factor determinante en la escogencia y calidad de los contenidos emitidos.

Pero fue en la década de los ochenta cuando apareció el estudio de Giménez y Hernández (1988), que se convirtió, por el rigor científico de la investigación y los conocimientos aportados, en un libro clásico de consulta sobre la estructura de los medios de difusión de la capital venezolana, entre ellos, obviamente, la televisión. Este trabajo develó la elevada concentración económica del medio, la naturaleza mercantil de los grupos de dueños, sus vínculos con la publicidad comercial y con el capital extranjero.

En una actualización del informe de Giménez y Hernández, Aguirre, Bisbal y Otros en 1998 dan a conocer los resultados de un análisis de las empresas de medios de comunicación enclavadas en la zona metropolitana de Caracas, incluyendo esta vez, además de la prensa, la radio y la televisión, a las agencias de publicidad.

Constituye éste el intento más reciente de las investigaciones publicadas en forma de libro- en el país por poner en orden y observar la constitución económica y mercantil de los canales de televisión venezolanos.

Dependencia y Dominación

Estrechamente ligada a la temática anterior, el tópico sobre la dependencia cultural y la dominación imperialista fue la esencia de las investigaciones venezolanas sobre televisión especialmente en la década de los setenta y parte de los ochenta.

"(...) Tanto si analizamos los dos primeros Encuentros de los Investigadores de la Comunicación como la producción teórica más relevante del primer lustro de la década del 70 nos encontraremos con una profusión de referencias a los nuevos planteamientos socio-económicos latinoamericanos sobre la teoría de la dependencia, en cuya evolución participaron activamente investigadores venezolanos, y al pensamiento crítico alemán sobre la industria cultural, puesto de moda durante la revolución estudiantil del 68" (Aguirre, 1996: 49).

Así, el paradigma de la dependencia de los medios y la cultura nació en América Latina y en la crítica tomaron parte como protagonistas investigadores venezolanos junto con sus colegas argentinos y chilenos. Sin embargo, el considerado libro fundacional en el discurso sobre el imperialismo cultural fue realizado por el au-

66

Sin estar desvinculado del discurso de la dependencia cultural, el liderazgo de la investigación venezolana en el contexto latinoamericano también se sintió en el abordaje de la temática de las políticas de comunicación.

99

tor norteamericano Herbert Schiller: *Mass Communications and American Empire* (1969) inaugura este debate e influye notablemente en las discusiones latinoamericanas.

En este libro, Schiller intentaba descubrir el papel del gobierno estadounidense como una fuerza detrás de las actividades de las empresas. Según su análisis, las cadenas de TV de EE.UU eran parte de una estrategia general del gobierno para subyugar al mundo bajo su control y vigilancia militar, al mismo tiempo que buscaba obtener la hegemonía cultural. La crítica contra la ideología del extranjero ya se había iniciado con Pasquali (1963), pero el libro que fundó el tema o discurso del imperialismo cultural en América Latina fue *Cómo leer el Pato Donald* de Ariel Dorfman y Armand Mattelart (Sinclair, 2000: 41-42).

Esta discusión, ligada también a la economía, y, además, a la concepción de los medios de comunicación de masas como factores de desarrollo, estuvo presente en mayor o menor medida en los trabajos de Silva (1971), Colomina (1976), Ratelvel (1976), Capriles (1976), Pachano (1987) y Bisbal (1988).

Políticas de Comunicación

Sin estar desvinculado del discurso de la dependencia cultural, el liderazgo de la investigación venezolana en el contexto latinoamericano también se sintió en el abordaje de la temática de las políticas de comunicación. Fue significativa la pro-

ducción venezolana de carácter teórico orientada hacia la planificación y establecimiento de políticas comunicacionales en los años setenta. El *Proyecto Ratelvel* analizaba cuatro alternativas factibles de planificación y proponía la implantación para Venezuela de un verdadero régimen mixto, que pudiera ofrecer al país una alternativa de selección entre servicios competitivos privados y servicios complementarios públicos (Aguirre, 1996: 59, 64).

El papel protagónico en la elaboración del *Proyecto Ratelvel* que tuvo el Ininco - en una década en la que la investigación sobre la comunicación en Venezuela vivía su época dorada, mientras otros países latinoamericanos se hallaban sumidos en crisis investigativas por las condiciones políticas- llevó al instituto a participar en los papeles preparatorios del Informe Mc Bride, *Un solo mundo, voces múltiples* (Aguirre, 1996: 65).

Recepción y Efectos

Los estudios venezolanos sobre televisión no se olvidaron del usuario en estas cuatro décadas. Con menor o mayor rigor científico y académico aparecieron estudios que intentaban evaluar los efectos del medio sobre las audiencias y conocer el proceso de recepción televisiva.

Los primeros estudios de audiencia fueron los realizados por Colomina y Santoro, los cuales analizaban la recepción desde el paradigma funcionalista, aportando una interpretación crítica, siendo ésta la novedad más importante de sus trabajos pues ambos se circunscriben metodológicamente al funcionalismo.

Más tarde, Barrios introdujo en sus estudios sobre familia y televisión los métodos cualitativos de análisis, particularmente la etnografía, y Pachano (1987), empleando encuestas y el análisis de contenido de la programación televisiva, evaluó los efectos de la TV en la audiencia escolar.

Santoro, Colomina, Pachano y Barrios son considerados como los más importantes y relevantes representantes de los estudios de recepción televisiva en el país en lo que respecta al ámbito académico. Sus investigaciones estaban encaminadas a responder dos preguntas básicas: ¿cómo influye la programación televisiva en la audiencia? y ¿cómo usa la audiencia la TV? La primera de ellas se vincula con el paradigma postpositivista y las teorías sobre los efectos de los medios (Lasswell, Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, Bandura y Berkowitz, Klapper, entre otros), mientras que la segunda interrogante sigue las di-

rectrices del paradigma construccionista y de un conjunto de teorías sobre recepción televisiva (Martín-Barbero, Orozco), la de los usos y gratificaciones (Katz, Blumer y Gurevitch) y la de los estudios culturales (Morley, Lull y Silverstone) (Hernández, 2000: 63).

Siguiendo una corriente también latinoamericana, en Venezuela aparecieron estudios que tienen que ver con la *lectura crítica de la televisión*, y de los medios en general, pues se consideraba que la forma de neutralizar su impacto alienante era inculcándole a la población una educación crítica (Aguirre, 1996: 91). Algunas publicaciones que se inscriben en esta vertiente son las de Vicente (1988) y Hernández (1991, 1995 y 1998).

Contenidos y Programas

Desde 1967 con la aparición del trabajo de Pasquali, se mostró el interés de los investigadores de la televisión por conocer los contenidos y programaciones del medio en el país. Este interés no se perdió en años posteriores, sino que se hizo más urgente ante las quejas y advertencias provenientes de diferentes sectores organizados de la sociedad venezolana acerca de la pobreza del contenido televisivo y particularmente la preocupación por las emisiones de programas violentos.

A pesar de este interés y del estudio del tema con desiguales niveles de profundidad en el conjunto de investigaciones sobre televisión en Venezuela, un estudio amplio y riguroso sobre la programación de TV en el país sólo fue publicado en 1992 (Alvaray, Arenas y Tkachenko).

Igualmente, destacaron también en años recientes los esfuerzos del Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, del Cisfem, Conac e Inam en la tarea de evaluar y hacer propuestas para regular los contenidos violentos en los canales de televisión.

Telenovelas

El género de programa más emblemático de la televisión venezolana fue desde el inicio de la investigación sobre el medio, centro de atención por parte de los estudiosos. La investigación pionera en este campo fue desarrollada por Colomina, (1968) en el contexto particular de la ciudad de Maracaibo, comprobándose ya desde ese entonces la preferencia de las audiencias por el género. Sin embargo, estudios dedicados únicamente al género no abundan como publicaciones en forma de libro. Apenas el Ministerio de Estado para la participación de la mujer en el desa-

“

El principal editor de libros sobre estudios de televisión en estas cuatro décadas fue el grupo constituido por las universidades UCV, LUZ y UCAB.

”

rollo condujo un esfuerzo interdisciplinario para examinar las posibilidades y limitaciones de la telenovela, mientras que Barrios (1988) la estudió en el contexto de la familia.

Educación

El estudio del binomio TV-Educación fue otro de los temas trabajados a lo largo de las cuatro décadas de investigación sobre televisión. Específicamente, fue abordado, más que bajo la concepción de la televisión como medio difusor de mensajes educativos, desde la perspectiva de la formación de escolares críticos para la lectura de los contenidos emitidos por la televisión.

Iglesia-Televisión

Otra relación estudiada en las cuatro décadas investigadas fue la de la Iglesia y la TV. Sobre todo, los investigadores se inclinaron por determinar la forma en que la TV podía contribuir a diseminar la fe católica y a mostrar, casi siempre desde una perspectiva filosófica, el papel que el medio debería tener en la formación y desarrollo del ser humano.

Legislación

El análisis acerca de la legislación sobre TV tuvo su representación más importante en el estudio llevado a cabo por Fuenmayor Espina (1982) que se constituyó en los años siguientes en referencia obligada para los interesados en conocer las regulaciones, leyes y marco legal del funcionamiento de la televisión en el país.

Técnica

Durante las cuatro décadas analizadas no faltaron los documentos que intentaban una aproximación al medio desde el punto de vista técnico. A nivel de diagnóstico, y sólidamente sustentado, el único libro es el de Bustillos (1973), el cual recomendaba la implantación en el país del sistema PAL de televisión en colores. Por su parte, D'Amico (1971) en su análisis semiótico dedicó una sección a las características técnicas de la televisión.

Investigación

En los ochenta la investigación venezolana sobre televisión se detuvo en la revisión crítica de sí misma y en apuntar las posibles perspectivas de cara al futuro. En este sentido, notables fueron los aportes de Aguirre y Bisbal (1981) y Barrios y García, G. (1988). Otros, como Silva (1971) y Capriles (1990), reflexionaron sobre las condiciones y paradigmas que debía seguir la investigación venezolana para encarar el conocimiento de los *mass media* y, sobre todo, de la televisión.

Historia

Aunque no existe un estudio únicamente dedicado a la historia de la televisión venezolana, sí fueron muchos los trabajos que hicieron recuentos históricos - muchos de ellos repetitivos - acerca de la aparición y desarrollo del medio en el país para contextualizar el análisis. Únicamente el trabajo de ascenso de García, L. (1996) se preocupó por examinar la historia no de la televisión en sí misma, sino de uno de sus géneros programáticos: los telenoticiarios.

III. CONCLUSIONES

- Desde su inauguración en Venezuela en la década de los años cincuenta, la televisión se convirtió en el centro de interés para estudiosos de la comunicación, pero fue sólo a partir de los sesenta -coincidiendo con la creación de las escuelas de comunicación social- cuando aparecieron los primeros libros que con mayor rigor científico y académico emprendieron el estudio del medio. Fue Antonio Pasquali quien abrió el camino a sus colegas con la publicación de su clásico *Comunicación y cultura de masas*, el cual si bien no tenía como objeto único de estudio a la TV fue el primero en desnudar su estructura, carencias e influencia extranjera sobre su programación y contenidos.

- Los trabajos de Pasquali junto con los de Marta Colomina y Eduardo Santoro marcaron de tal modo la investigación venezolana que todos los estudios posteriores de una forma u otra tienen su base teórica o metodológica en ellos o hacen referencia a los mismos; aún en años recientes continúan siendo citados. A estos pioneros se unieron años después Doris Pachano y Leoncio Barrios, quienes con sus estudios de audiencia en los contextos particulares de la escuela y la familia, respectivamente, aportaron conocimiento renovado sobre el medio; en particular, los trabajos de Barrios resultaron innovadores en Venezuela por la introducción del método cualitativo de la etnografía en el estudio de la recepción televisiva.
- El principal editor de libros sobre estudios de televisión en estas cuatro décadas fue el grupo constituido por las universidades UCV, LUZ y UCAB. También el Estado, a través de diferentes organismos públicos y de la editorial Monte Avila, demandó el conocimiento académico y le dio divulgación mediante diferentes publicaciones. La casi totalidad de los documentos publicados en formato de libro son producto de investigadores ligados a la academia y es natural su divulgación para difundir el conocimiento generado y para facilitar la evaluación de sus pares; asimismo, se hacía obvio que no encontraríamos libros cuyo origen fueran agencias de investigación o empresas, debido al carácter privado y confidencial que tienen sus estudios.
- Como era de esperarse -por su condición de universidad más importante del país- la UCV lideró en cuarenta años las investigaciones venezolanas sobre TV, tanto a nivel de trabajos de ascenso producidos por sus profesores como en lo que respecta a la publicación de investigaciones bajo su sello editorial.
- Que más de la mitad de los documentos sea obra de sólo 12 autores significa una comunidad académica reducida dedicada al estudio de la televisión y la producción de muchos trabajos aisladamente, cuyos autores no tuvieron continuidad en la labor investigativa. Esto llevaría a pensar en un bajo nivel de profesionalización de los estudiosos del tema. Debemos aclarar que muchos de los investigadores mencionados en este análisis pueden haber realizado trabajos periodísticos o más investigacio-

“

En los años noventa, en concordancia con las corrientes de las mediaciones, la recepción activa y el consumo cultural, aunque no desapareció el elemento crítico hacia el medio, sí observamos una tendencia al equilibrio en el estudio tanto de los aspectos negativos como de aquellos positivos que puede tener la televisión como medio de masas

”

nes sobre el mismo medio (no publicadas como libro), así como acerca de otros medios u otros tópicos relacionados con la comunicación, lo que sería, sin embargo, también un síntoma de falta de continuidad en la investigación de un objeto de estudio, en este caso de la televisión.

- La producción de libros y trabajos de ascenso fue casi pareja en las décadas de los setenta y ochenta, mientras que en los sesenta se produjo la menor cantidad de documentos. En los noventa la producción se elevó a 20 documentos, destacándose la mayor producción de trabajos de ascenso (siete) durante el período estudiado. La calidad de los trabajos es muy desigual, muchos de ellos son apenas síntesis de trabajos anteriores con pocos aportes significativos. Las investigaciones de tipo descriptivo también abundaron durante los cuarenta años analizados en especial durante la década de los noventa, en cuyos trabajos está presente un esfuerzo por ir más allá de la presentación cuantitativa de los datos recogidos, pasando más bien a un análisis de tipo cualitativo. Los estudios que incluyen sondeos son escasos, lo que podría tener su cau-

sa en los altos costos que supone emprender una investigación de ese tipo en el país.

- En general, sobre todo en los primeros años de investigación, los estudios de televisión se dedicaron a resaltar las influencias y efectos negativos del medio, pero luego aparecieron el diagnóstico y la prospectiva -como Ratelvel- que intentaron proponer soluciones y planes para mejorar la calidad de la televisión venezolana y su relación con las audiencias. En los años noventa, en concordancia con las corrientes de las mediaciones, la recepción activa y el consumo cultural, aunque no desapareció el elemento crítico hacia el medio, sí observamos una tendencia al equilibrio en el estudio tanto de los aspectos negativos como de aquellos positivos que puede tener la televisión como medio de masas.
- Doce temáticas surgieron del conjunto de documentos de la muestra. Las más frecuentemente tratadas en los trabajos fueron las que tenían que ver con los procesos de recepción y los efectos de la TV, con los contenidos y programas emitidos, con la dominación y la dependencia cultural, con las políticas de comunicación y con la historia del medio en el país, aunque este último tópico abordado en la mayoría de los casos para contextualizar los análisis.
- Las investigaciones venezolanas sobre televisión siguen la inclinación latinoamericana hacia los paradigmas funcionalistas -difundidos en la región sobre todo por influencia de Ciespal- y luego la de la ruptura crítica con las influencias extranjeras de teorías y metodologías, especialmente provenientes de EE.UU. En este sentido, fueron significativos los trabajos de Pasquali. También la influencia venezolana en el panorama investigativo sobre la televisión en la región, se hizo sentir en los setenta a través del debate, y los productos de él derivados, sobre las políticas nacionales de comunicación.
- Más recientemente, las investigaciones venezolanas se guiaron por las nuevas corrientes teóricas y metodológicas aportadas por los estudios culturales, la recepción activa y las mediaciones, las cuales han tenido en América Latina a importantes exponentes.
- Observamos en los estudios publicados en años recientes, la carencia de análisis

acerca de los cambios tecnológicos y su influencia en la televisión y en los procesos de recepción de las diferentes audiencias. Tal vez sea muy pronto todavía para emprender investigaciones orientadas a este aspecto en el país o, quizá, esto podría explicarse por la inclinación persistente en los autores nacionales por indagar acerca de los aspectos tradicionales del medio aunque, como hemos visto, desde enfoques distintos teórica, metodológica e ideológicamente respecto de los estudios pioneros

IV. LAS INVESTIGACIONES SOBRE TELEVISIÓN EN VENEZUELA 1960-1999

Libros:

1. ACOSTA SANABRIA, Oswaldo (1972). *La televisión del Estado venezolano y su aporte en la programación televisiva*. Octava convención de periodistas. Caracas.
2. AGUIRRE, Jesús María y BISBAL, Marcelino (1981). *La ideología como mensaje y masaje*. Monte Avila Editores. Primera edición. Caracas. La segunda edición es de 1990.
3. AGUIRRE, J. M., BISBAL, M., GUZMÁN, C., NICODEMO, P., PELLEGRINO, F., y PILATO, E. (1998). *El consumo cultural del venezolano*. Fundación Centro Gumilla y Consejo Nacional de la Cultura. Caracas.
4. ALVARAY, N., ARENAS, Z., y TKACHENKO, A. (1992). *La oferta de la televisión venezolana. Estudio de un día de programación en 13 televisoras*. Fundación Carlos Eduardo Frías. Colección Canícula. Caracas.
5. BARRIOS, Leoncio (1988). *Televisión, telenovelas y vida cotidiana en el contexto de la familia*. Apuntes N° 3. Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social. UCV. Caracas.
6. BARRIOS, Leoncio (1993). *Familia y televisión*. Monte Avila Editores. Caracas.
7. BARRIOS, Leoncio, GARCÍA, Gladys (1989). *Familia y televisión en Venezuela: estudio bibliohemerográfico 1953-1988*. Ministerio de Educación. Caracas.
8. BERMÚDEZ, Manuel (1980). *La ficción narrativa en radio y TV*. Monte Avila Editores. Caracas.
9. BUSTILLOS, Rubén (1973). *Televisión en colores: ¿por qué PAL?* Litografía Bel-Air. Caracas. La segunda edición es de 1974.
10. CAPRILES, Oswaldo (1976). *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela*. Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO-UCV. Caracas.
11. CAPRILES, Oswaldo (1991). *El negocio de la ilusión*. Apuntes N° 23. Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social. UCV. Caracas.
12. CARRASCO, Tony (1993). *Televisión y fútbol profesional en Venezuela*. Editorial Melvin. Caracas.
13. CARRETÓ, Adolfo (1974). *Educación, violencia y medios de comunicación social*. Editorial Trípode. Caracas.
14. COLOMINA DE RIVERA, Marta (1968). *El huésped alienante: un estudio sobre audiencia y efectos de las radiotelenovelas en Venezuela*. Centro audiovisual. Colección ensayos N° 1. Universidad del Zulia. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Periodismo. Maracaibo.
15. COLOMINA DE RIVERA, Marta (1976). *La celestina mecánica; estudio sobre la mitología de la función de la mujer y su manipulación a través de la industria cultural*. Monte Avila. Caracas.
16. CONGRESO DE LA REPÚBLICA (1970). *La televisión venezolana, debate en el Senado*. Ediciones del Congreso de la República. Caracas.
17. CONTRERAS ARELLANO, J. Asdrúbal (1987). *Influencia de la televisión en la formación del hombre latinoamericano*. Ediciones de la Biblioteca. Colección Comunicación Social V. UCV. Caracas.
18. D'AMICO, Margarita (1971). *Lo audiovisual en expansión*. Monte Avila Editores. Caracas.
19. FEBRES, Hernán y PÉREZ OSUNA, Mercedes (1972). *TV del Estado para Venezuela*. Avilarte Impresiones. Caracas.
20. FERNÁNDEZ, Edgar (1989). *Periodismo televisivo*. Colección Libro de Texto. Ediluz, Editorial de la Universidad del Zulia. Maracaibo.
21. FUENMAYOR ESPINA, Alejandro (1982). *Régimen jurídico de la radio y la televisión*. Colección Estudios Jurídicos N° 19. Editorial Jurídica Venezolana. Caracas.
22. GARCÍA, Gladys (Coord.) (1992). *Estereotipos sexuales y géneros televisivos en Venezuela*. Consejo Nacional de la Cultura – Centro de Investigación Social, Formación y Estudios de la Mujer (Cisfem). Caracas.
23. GIMÉNEZ, Lulú y HERNÁNDEZ, Angela (1988). *Estructura de los medios de difusión en Venezuela*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.
24. GÓMEZ, Luisana (Coord.) (1997). *Violencia en la televisión*. Serie Estudios RTSP N° 1. Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público. Caracas.
25. HERNÁNDEZ, Gustavo (1991). *La TV en el aula*. Apuntes N° 26. Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social. UCV. Caracas.
26. HERNÁNDEZ, Gustavo (1998). *Teleniños y televiolencias*. Fondo Editorial de Humanidades. UCV. Caracas.
27. IBÁÑEZ, Ignacio (1968). *Estudio sociográfico de Venezuela IV: Medios de comunicación impresos en Venezuela: radio, televisión y cine*. Centro de Investigación y Acción Social (CIAS). Caracas.
28. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN UCV Y CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURAL (1976). *Proyecto Ratelve: diseño para una nueva política de radiodifusión del Estado venezolano*. Ediciones de la Librería Suma. Caracas.
29. INSTITUTO NACIONAL DEL MENOR (1997). *Venezuela: televisión, violencia y niños*. Fondo de Publicaciones del INAM. Caracas.
30. MAYOBRE, José Antonio (1992). *La labor de Sísifo*. Monte Avila Editores. Caracas.
31. MINISTERIO DE ESTADO PARA LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL DESARROLLO (1983). *Primer taller. Examen del género telenovela, limitaciones y/o posibilidades*. Despacho de la Ministro de Estado para la Participación de la Mujer en el Desarrollo. Caracas.
32. MUJICA, Héctor (1974). *Sociología venezolana de la comunicación*. Ediciones de la Biblioteca. UCV. Caracas. Segunda edición 1977 y Tercera edición 1980.
33. MUÑOZ, Carlos (1974). *Televisión, violencia y agresión*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. UCV. Caracas.
34. O'SULLIVAN RYAN, J. (1999). *La búsqueda del misterio trascendente en los medios de masas*. UCAB. Caracas.
35. PACHANO RIVERA, Doris (1987). *La televisión y los escolares*. Universidad del Zulia. Facultad Experimental de

Ciencias. Editorial de la Universidad del Zulia. Primera edición. Maracaibo.

36. PASQUALI, Antonio (1963). *Comunicación y cultura de masas*. Monte Avila Editores (Primera edición 1972).
37. PASQUALI, Antonio (1967). *El aparato singular: análisis de un día de TV en Caracas*. Instituto de Investigaciones. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
38. PASQUALI, Antonio (1991). *El orden reina. Escritos sobre comunicación*. Monte Avila Editores. Primera edición. Caracas.
39. SANTORO, Eduardo (1969). *La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño*. Ediciones de la Biblioteca. Universidad Central de Venezuela. Caracas. La cuarta edición de 1980.
40. SILVA, Ludovico (1971). *Teoría y práctica de la ideología*. Editorial Nuestro Tiempo. Primera edición. Caracas.
41. VICENTE, Josefa (1988). *Propuesta educativa para la formación de televidentes críticos (tercera etapa de la escuela básica)*. AVEC. Caracas.

Trabajos de Ascenso:

UCAB

1. ANCÍZAR M., A. (1975). *Los mass media y la socialidad*. Escuela de Comunicación Social.
2. MAYOBRE, José A. (1991). *La labor de Sísifo*. Escuela de Comunicación Social.
3. O'SULLIVAN RYAN, J. (1998). *La búsqueda del misterio trascendente en los medios de masas*. Escuela de Comunicación Social

UCV

1. BARRIOS, Leoncio (1990). *Familia y televisión como educadores: estudio cualitativo*. Facultad de Humanidades y Educación.
2. BARRIOS, Leoncio (1996). *Televiolencia y cine en el cine*. Facultad de Humanidades y Educación.
3. BISBAL, Marcelino (1988). *Del desacuerdo comunicacional a la comunicación democrática*. Facultad de Humanidades y Educación.
4. CAPRILES, Oswaldo (1976). *Del sistema de difusión masiva en Venezuela y la política estatal frente a los medios*. Facultad de Humanidades y Educación.
5. CAPRILES, Oswaldo (1990). *De las políticas nacionales de comunicación*. Facultad de Humanidades y Educación.
6. GARCÍA, Luis (1996). *El noticiero de TV en Venezuela, historia*. Facultad de Humanidades y Educación.
7. HERNÁNDEZ, Gustavo (1995). *Educación para la percepción activa de la TV*. Facultad de Humanidades y Educación.
8. MUJICA, Héctor (1973). *Apuntes para una sociología venezolana de la comunicación*. Facultad de Humanidades y Educación.
9. SANTORO, Educarado (1966). *La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño*. Facultad de Humanidades y Educación.

■ Elsa Pilato Comunicadora Social Miembro del Consejo de Redacción de *Comunicación*

Notas y referencias bibliográficas

- AGUIRRE, Jesús María (1996). *De la práctica periodística a la investigación comunicacional. Hitos del pensamiento venezolano sobre comunicación social y cultura de masas*. Fondo de Publicaciones Fundación Polar - Universidad Católica Andrés Bello, UCAB. Caracas.
- AGUIRRE, Jesús María (1999). "Evaluación de la investigación de la comunicación en las universidades venezolanas". En: *Revista Comunicación*. Tercer Trimestre, N° 107. Centro Gumilla. Caracas.
- AGUIRRE, Jesús María y BISBAL, Marcelino (1990). *La ideología como mensaje y masaje*. Monte Avila Editores. Segunda edición. Caracas.
- COVA, Yelitza y ROJAS, Ingrid (1994). *Tendencias de la investigación sobre medios audiovisuales*. Trabajo de Grado. Escuela de Comunicación Social. UCAB. Caracas.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1991). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Universidad de Guadalajara. México.
- HERNÁNDEZ, Gustavo (1999). "Recepción televisiva en Venezuela". En: *Revista Comunicación*. Tercer Trimestre, N° 107. Centro Gumilla. Caracas.
- HERNÁNDEZ, Gustavo (2000). "Estudios sobre recepción televisiva". En: *Revista Comunicación*. Segundo Trimestre, N° 110. Centro Gumilla. Caracas.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1992). *Tendencias en la investigación sobre televisión en México 1950-1999*. Textos de Comunicación y Sociedad. Serie Cuadernos. Universidad de Guadalajara. México.
- SINCLAIR, John (2000). *Televisión: comunicación global y regionalización*. Colección Estudios de Televisión N° 8. Editorial Gedisa S.A. España.

¹ Entendemos como 'investigadores' también a los autores institucionales.

Estrategias

para aprender a ver televisión

En este ensayo se analizan las estrategias cognitivas del aprendizaje de Joseph Novak y de Edward De Bono y su aplicación en la educación para el uso reflexivo de la televisión. Se estudian los supuestos teóricos concernientes de la pedagogía de los medios y de la educación en valores dentro del sistema escolar formal. Ambos aspectos los considero novedosos para enriquecer el estamento teórico y metodológico de la educación en televisión².

Nuestro sistema educativo no enseña a pensar. Los estudiantes aprenden, por lo general, repitiendo mecánicamente los contenidos de las asignaturas. Son muy pocos los que emplean herramientas y estrategias de aprendizaje para cerciorarse de que han comprendido las nociones impartidas en clase. Son muy pocos los que emplean, a su vez, habilidades metacognitivas para el análisis y adquisición de nuevos conocimientos.

A mi entender, la *autonomía intelectual* consiste en incentivar el autoaprendizaje en el individuo. La enseñanza de la televisión tiene la responsabilidad de que el alumno no dependa ciegamente del principio de autoridad del profesor. El autoaprendizaje preconiza la tesis de que aprender por cuenta propia y deliberadamente, refuerza la construcción de pensamientos originales, la libertad de expresión y la tolerancia hacia el otro.

En este sentido, resulta imprescindible enseñar estrategias de aprendizaje en educación para el uso reflexivo de la televisión, entre otras razones, porque:

Primero, habitúa a la mente a *pensar sobre lo que se piensa* y a *evaluar lo que se ha pensado*.

Segundo, relaciona el conocimiento en medios de comunicación con el de las asignaturas del sistema escolar formal.

Tercero, estimula la confianza en nosotros mismos ya que somos responsables de lo que aprendemos, lo cual es muy distinto a repetir incoherentemente cualquier tipo de contenido.

Resumen

Partiendo de las estrategias cognitivas del aprendizaje, como por ejemplo, los mapas conceptuales de Joseph Novak y el pensamiento lateral de Edward De Bono, Hernández analiza la aplicación de dichas estrategias en la educación para el uso reflexivo de la televisión. Además, estudia el autor los supuestos teóricos concernientes de la pedagogía de los medios y de la educación en valores dentro del sistema escolar formal. Ambos aspectos los considera novedosos para enriquecer el estamento teórico, metodológico y epistemológico de la enseñanza de la televisión

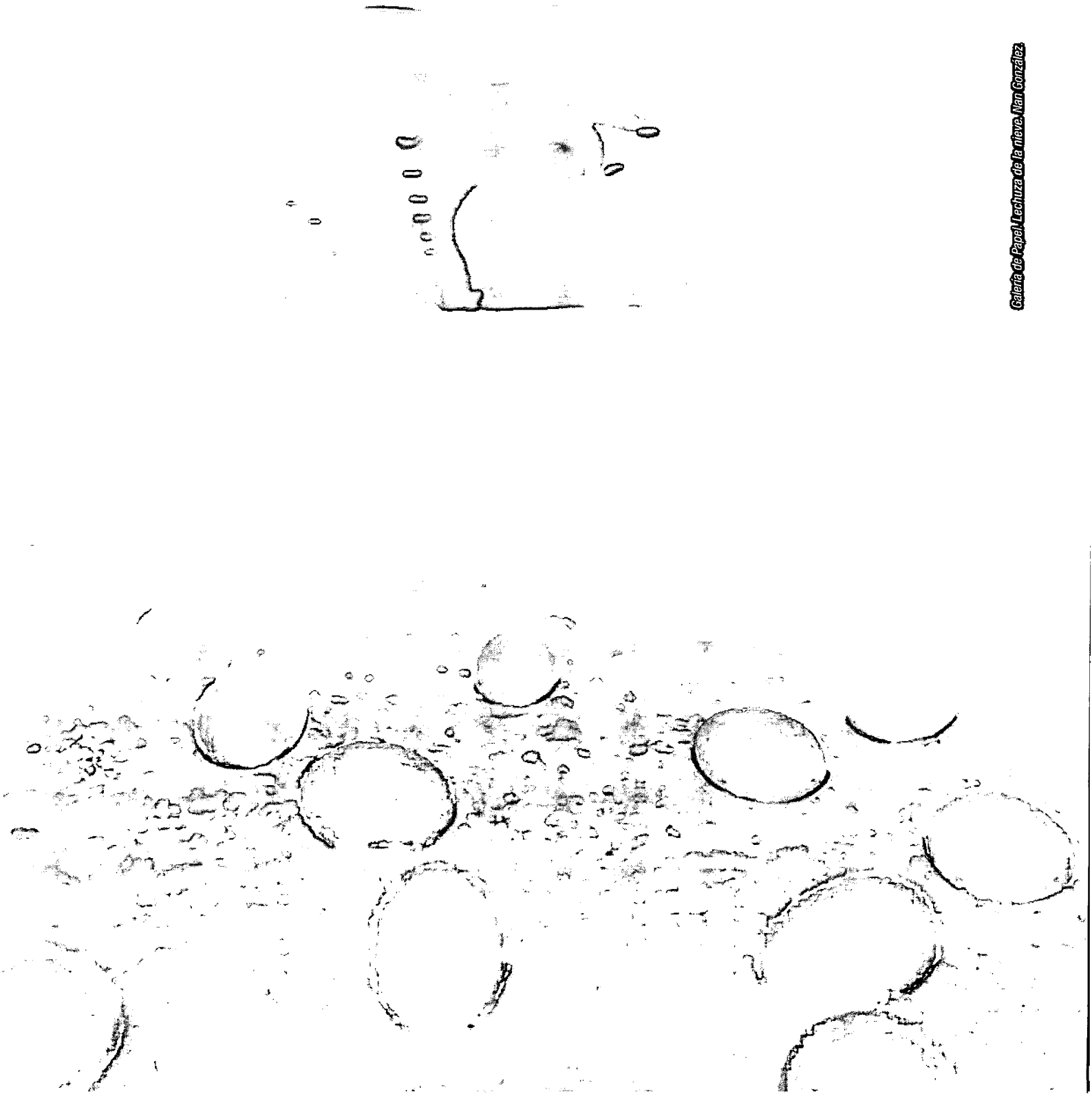
Abstract

In this article Hernandez analyzes the application of cognitive learning strategies, for example, the conceptual maps of Joseph Novak and the lateral thinking of Edward de Bono, in the education of the reflective use of TV. Furthermore, the author studies the theoretical suppositions concerning media pedagogy and the teaching of values in the formal educational system. Both these aspects can be considered as new and original thus enriching the theoretica, methodological and epistemological body of work on the teaching of TV.

■ **Gustavo Hernández Díaz**

pedagógicas

Galería de Papel, Lechuza de la nieve, Nan, González



Cuarto, entrena a la memoria para comparar significativamente los nuevos conocimientos que forman parte de nuestros esquemas mentales.

Quinto, nos enseña a analizar algunas operaciones mentales, tales como la comprensión, percepción, memorización, comunicación e imaginación. Operaciones cognitivas que permiten un aprendizaje más consciente de los temas escolares.

II

Un mapa conceptual de Novak es un recurso esquemático que sirve para sistematizar y representar las estructuras conceptuales y/o proposicionales construidos a partir del aprendizaje significativo de los alumnos. En palabras del propio Novak: "Los mapas conceptuales tienen por objeto representar relaciones significativas en forma de proposiciones. Una proposición consta de dos o más términos conceptuales unidos por palabras para formar una unidad semántica." (1988:33).

Los mapas conceptuales aportan los siguientes aspectos:

A) *Jerarquización de conceptos.* Los conceptos más generales e inclusivos deben situarse en la parte superior del mapa mientras que los conceptos menos inclusivos y más específicos, se ubican en la parte inferior.

B) *Nuevos significados para aprender.* La manipulación y sistematización de conceptos y proposiciones conlleva a la producción de nuevos significados.

C) *Evaluación de la estructura cognitiva.* Una vez realizado el mapa conceptual podemos explicitar las debilidades y fortalezas del pensamiento. Podemos incluso incorporar nuevos conceptos que sustituyen o complementan el pensamiento que estamos examinando. Esto nos permite modificar y reconstruir los esquemas mentales. Al respecto dice Novak que: "Las concepciones equivocadas se notan generalmente por una conexión entre dos conceptos que forman parte de una proposición claramente falsa, o bien por una conexión que pasa por alto la idea principal que relaciona dos o más conceptos." (Ibíd.:38).

D) *Socialización del conocimiento.* Los mapas conceptuales tendrán sentido si se discuten en clase. Para aprender el significado de cualquier conocimiento es preciso dialogar, refutar, evaluar y

“

**En palabras del propio Novak:
Los mapas conceptuales
tienen por objeto representar
relaciones significativas
en forma de proposiciones.**

”

aceptar sus flancos débiles. Apunta Novak que: "...se debe recordar en lo referente a compartir significados en el contexto de la actividad de educar, que los estudiantes siempre aportan algo de ellos mismos a la negociación y que no son una tabla rasa donde hay que escribir o un depósito vacío que se debe llenar." (Ibíd.:40).

E) *Explicitar la estructura cognitiva y del aprendizaje cognitivo:* Los mapas conceptuales ponen de manifiesto la estructura de conocimiento de las personas, los cuales son muy útiles para precisar los errores conceptuales que puedan existir. Asimismo, esta estrategia de aprendizaje nos permite identificar los nuevos conceptos que se incorporan en nuestros esquemas mentales.

F) *Ideas representadas coherentemente.* "El modo de representación del mapa conceptual consta básicamente de conceptos, que se presentan generalmente con letras mayúsculas y dentro de un óvalo, unidos mediante palabras enlace que se sitúan entre dos conceptos y se expresan en minúscula, formando una proposición de pensamiento." (Ander-Egg, 1997: 114-115). Por ejemplo, los conceptos *Orson Wells, director, actor, cine* pueden unirse mediante un enlace, del siguiente modo: **Orson Wells (fue) director (y) actor (de) cine.** La proposición central se basa en los conceptos subrayados y en las palabras enlaces, entre paréntesis.

G) *Traza la ruta de la enseñanza-aprendizaje.* Aprender a pensar mediante los mapas conceptuales implica que somos

competentes para extraer el significado de los libros de texto, de los artículos de periódicos y revistas, de los trabajos escritos y exposiciones orales, de las experiencias en el trabajo de laboratorio o de campo. En la enseñanza de la televisión, los mapas conceptuales pueden aplicarse como estrategias de enseñanza y aprendizaje. En la enseñanza, el docente los usa, por ejemplo, para diseñar manuales orientados a estudiar los aspectos semiológicos de la publicidad televisiva; mientras que en el aprendizaje, el alumno utiliza dicha estrategia para sistematizar, interiorizar y evocar significativamente los conceptos que provienen de los manuales y de la exposición oral del profesor.

A continuación presentamos la metodología que debe orientar al alumno para realizar los mapas conceptuales:

1. Identificar los conceptos principales y escribirlos en una lista.
2. Ordenar los conceptos del más general al más específico.
3. Organizar los conceptos sobre una mesa comenzando con la idea más general. Si esa idea puede separarse en dos o más conceptos, dichos conceptos deben ser colocados en la misma línea. Se debe continuar de esta manera hasta haber acomodado todos los conceptos.
4. Deben utilizarse líneas para unir conceptos. Sobre la línea deben escribirse frases o palabras claves que indique la relación existente entre los conceptos.
5. Los mapas conceptuales son diferentes. Cada persona piensa de manera diferente y por lo tanto identifica diferentes relaciones entre los conceptos.

He aquí algunos ejercicios que se pueden realizar en la educación para el uso reflexivo de la televisión a través de los mapas conceptuales:

1. Se pide a los alumnos que lean la sección deportiva o de opinión de un periódico de circulación nacional, para que identifiquen y organicen jerárquicamente, los conceptos generales y específicos. En este ejercicio se espera analizar la opinión que tienen los articulistas sobre un aspecto determinado del acontecer nacional.
2. Se pide a los alumnos que lean algunos manuales en educación en televisión, y que analicen un tema mediante los ma-

pas conceptuales. Si, por ejemplo, los alumnos elaboran sus mapas sobre la teoría de la comunicación, tendrán que hacer un listado de las etapas de la comunicación humana y del proceso de difusión masiva. Una vez que los alumnos han culminado la actividad, discuten en clase los conceptos que se pueden incluir o descartar en el mapa.

3. Se pide a los alumnos que lean el texto *Formación Familiar y Ciudadana*, que se imparte en la escuela básica, con la finalidad de que construyan mapas conceptuales sobre el tema del noviazgo y la estructura familiar. Pueden hacer un mapa conceptual sobre los distintos tipos de pareja (cónyuges, novios, concubinos), y los factores que favorecen su consolidación (amor, respeto, solidaridad, comprensión, fidelidad), o sobre la estructura familiar y su importancia en la sociedad. Se espera con este ejercicio que el alumno relacione los conceptos aprendidos con un capítulo de una telenovela.
4. Se pide a los alumnos que lean el texto *Formación Familiar y Ciudadana* con la finalidad de que elaboren mapas conceptuales sobre el tema de la sociedad de consumo. Pueden hacer un mapa conceptual sobre la importancia de los medios legales de protección y educación del consumidor; o sobre la diferencia entre consumidores responsables y ciudadanos consumistas. Se espera que en este ejercicio el alumno relacione los conceptos aprendidos con un comercial publicitario.
5. Se pide a los alumnos que lean el texto de *Castellano y Literatura* con la finalidad de que realicen mapas conceptuales sobre la lectura de las obras literarias (discurso lineal, relaciones entre los personajes y la perspectiva del narrador) y sobre los elementos de dramatización literaria (elementos del texto dramático, la presencia de los diálogos y la descripción de la puesta en escena literaria). Se espera que en este ejercicio el alumno compare alguna obra literaria con los seriales y comiquitas de la televisión.

Nota: *Un buen mapa conceptual se estructura a partir de un concepto principal, tiene varias ramas que derivan de dicho concepto, presentan relaciones entre conceptos y describe en forma rápida y concisa la información que el estudiante ha aprendido.*

66

El pensamiento lateral toma en cuenta todos los factores relacionados o no con el tema de estudio. En el pensamiento crítico se excluye lo que no parece relacionado con el tema.

99

III

Otra estrategia que contribuye a enriquecer la pedagogía de los medios es la que se denomina: *Los seis sombreros de pensamiento* de Edward De Bono (1993, 1994). Esta estrategia se fundamenta en el *pensamiento lateral*, término que ha sido acuñado por De Bono, para diferenciarlo del pensamiento crítico.

En líneas generales, las diferencias entre el pensamiento lateral y crítico son los siguientes:

- El pensamiento lateral fomenta el pensamiento creativo y constructivo mediante la exploración de nuevos enfoques y posibilidades metodológicas, para la solución eficiente de los problemas, mientras que el pensamiento crítico busca refinar, corroborar y juzgar la validez de los modelos de conocimientos existentes.
- El pensamiento lateral no sigue exclusivamente una matriz teórica de razonamiento, sino que construye múltiples matrices o puntos de vista de la realidad, que no tienen porque coincidir entre ellas. Y esto se debe a que son importantes tanto los consensos como los disensos en la búsqueda de la verdad. En el pensamiento crítico lo que importa es lograr que un modelo teórico⁴ determinado nos permita arribar, sin ningún tipo de tropiezo, a las conclusiones que estamos esperando. En este sentido, el razonamiento lateral es probabilístico ya que no garantiza necesariamente una solución sino la posibilidad de que se generen y consideren múlti-

ples soluciones, mientras que el pensador crítico confía en alcanzar una solución definitiva y universal.

- El pensamiento lateral es provocativo. Su invitación es a que dejemos de perpetuar la configuración teórica y epistemológica de los paradigmas obsoletos de conocimiento, que nos llevan a pensar siempre de la misma manera. El pensamiento crítico es conservador debido a que se edifica sobre las ideas de un modelo de conocimiento. En forma metafórica podemos decir que este tipo de razonamiento cava profundamente en un mismo hoyo, lo cual le permite afinar teorías y metodologías mas no elaborar ideas originales. En cambio, el pensador lateral inicia un nuevo hoyo, sin saber lo que puede encontrar en dicha exploración, pero, eso sí, con la convicción de que está tratando de replantear o distanciarse de los principios del paradigma dominante.
- El pensamiento lateral toma en cuenta todos los factores relacionados o no con el tema de estudio. En el pensamiento crítico se excluye lo que no parece relacionado con el tema. Este tipo de exclusión es muy típico de los experimentos de laboratorio y/o de campo, donde se controla las variables exógenas o intervinientes que puedan obliterar el diseño de investigación y, por ende, los estímulos a los cuales están sometidos tanto el grupo control como el experimental.
- El pensamiento lateral no rechaza ningún tipo de teoría o premisa por más ilógica que sea, ya que su función es operar al margen de los modelos preestablecidos, para provocar reordenamientos, mediante procesos tales como la inversión, deformación y la fragmentación de las ideas. "El pensamiento lateral tiene como objetivo principalmente la disgregación de los conceptos más o menos establecidos, para que pueda producirse su reestructuración automática" (De Bono: 1993: 59). En cambio, el pensamiento crítico es selectivo. Lo que le importa ante todo es que la teoría presente una concatenación lógica de las ideas, a manera de causa y efecto, para que de esta forma se demuestre científicamente.

En síntesis, no cabe la menor duda de que tanto el pensamiento crítico como el lateral son importantes y se complementan. "Ambas formas de pensamiento se

combinan en la función multifacética del acto de pensar, no siendo necesario tener conciencia acerca de la forma en que se está usando en un momento dado” (Ibíd.:67). El pensamiento lateral es útil para generar nuevas ideas y conceptos, nuevos modos de percibir las cosas, en tanto que el crítico es necesario para evaluar las ideas provenientes del pensamiento lateral y, además, para decidir sobre su posible aplicación práctica. En el pensamiento lateral la información no se usa como un fin, sino como el medio para generar una disgregación de los sistemas de conocimiento establecidos, así como su consecuente replanteamiento mediante la producción de nuevas ideas. No sucede así con el pensamiento crítico que emplea la información como un valor intrínseco para resolver un problema, tomando como referencia la existencia de modelos existentes (De Bono: 1993).

Los seis sombreros para aprender a pensar de De Bono (1994), es apenas parte del elenco de estrategias que este autor ha concebido para estimular el pensamiento creativo en los alumnos⁵. *Los seis sombreros...* consisten en seis sombreros de colores donde cada color representa una modalidad de pensamiento. Cada sombrero nos enseña a focalizar nuestra atención en forma deliberada sobre una determinada manera de reflexionar. He aquí, en líneas generales, el significado de los sombreros:

- **Sombrero blanco:** hechos, cifras e informaciones. Cuando pensamos con este sombrero nos preguntamos: ¿Qué información tenemos? ¿Cuál es la información que nos falta por conseguir? ¿Cómo podemos obtener la información que necesitamos? El sombrero blanco centra su atención en la información que tenemos a nuestro alcance y la que nos hace falta a los fines de nuestro análisis.
- **Sombrero rojo:** emociones, sentimientos, presentimientos e intuiciones. Nos preguntamos: ¿Qué siento en este momento sobre el tema que estoy estudiando? ¿Cuáles son realmente las motivaciones que nos llevan a pensar determinado aspecto de la realidad? Este sombrero nos permite exponer abiertamente y sin restricciones nuestros sentimientos para que puedan participar en nuestros pensamientos.
- **Sombrero negro:** juicio, verdad, precaución, comparación de los hechos. La mente cuando opera con este sombrero

“

El pensamiento lateral es útil para generar nuevas ideas y conceptos, nuevos modos de percibir las cosas, en tanto que el crítico es necesario para evaluar las ideas provenientes del pensamiento lateral y, además, para decidir sobre su posible aplicación práctica.

”

se convierte en un juez severo. Este tipo de pensamiento nos evita incurrir en errores y cometer tonterías por falta de experiencia. El sombrero negro es crítico y evaluativo. Juzga y/o refuta la validez de los esquemas de razonamiento. Pensar con el sombrero negro plantea las siguientes preguntas: “¿Concuerdan estas ideas con nuestra experiencia? ¿Es coherente esta idea con nuestros objetivos, nuestros planes y nuestra política? ¿Es coherente con nuestros valores, nuestra ética y lo que consideramos bueno y justo? Como el sombrero negro es un sombrero lógico, siempre hay que dar las razones por las que algo parece no encajar?” (Ibíd.: 104).

- **Sombrero amarillo:** ventajas, beneficios, oportunidades. Pensar con el sombrero amarillo es identificar en forma diáfana las razones lógicas para que exista alguna esperanza sobre determinado proyecto. “El pensador de sombrero amarillo tiene que mostrar claramente por qué va a funcionar una idea. Tiene que aducir razones...debe examinar las razones que haya para afirmar que la idea va a funcionar...intenta demostrar si la idea es factible y por qué.” (Ibíd.:106). El pensador de sombrero amarillo se pregunta: ¿Cuáles

son los efectos positivos y/o los beneficios? ¿Merece la pena orientar todos nuestros esfuerzos en esta idea? ¿Qué aportes depara esta decisión para mi crecimiento personal y académico?

- **Sombrero verde:** explorar, inspeccionar, reconocer, sondear las alternativas de acción. Este sombrero es potencialmente creativo debido a que indaga la idea más factible para llevar a cabo un proyecto. Es creativo porque las informaciones que hemos seleccionado mediante el sombrero blanco, se han configurado como alternativas de pensamiento, las cuales pueden provocar algo o hacer que algo suceda. Es creativo porque: “puede significar ideas nuevas, alternativas nuevas, inventos nuevos. Aquí se pone el énfasis en la novedad” (Ibíd.: 109). Pensar con el sombrero verde nos lleva a presentar ideas alternativas para resolver problemas o tomar decisiones.
- **Sombrero azul:** pensar sobre lo que se piensa. Supone que debemos desplegar nuestra capacidad intelectual para controlar y evaluar el proceso de nuestro pensamiento. Implica preguntarnos: ¿Por qué pensamos de esa manera y no de otra? ¿Las informaciones que hemos acopiado y procesado son las más indicadas? ¿Es coherente y práctico el plan de pensamiento? ¿En qué se fundamenta el modelo conceptual de nuestro pensamiento? ¿Por qué esta idea no contiene suficiente información? ¿Por qué nos estamos fijando tanto en nuestras emociones o en los beneficios, sin saber si son realmente ideas alternativas? ¿Estamos pensando metodológicamente? ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del pensamiento?

Estas son algunas preguntas que se pueden realizar en la enseñanza de la televisión a través de los *Seis sombreros para aprender a pensar*, de De Bono:

1. **Sombrero blanco para los noticieros de televisión.** ¿La noticia que hemos observado le hace falta más información? ¿Cuáles se han omitido? ¿Cuáles son los mensajes reiterativos? ¿Cuáles son las informaciones que le agregaría? ¿Cuáles son las que descartaría? ¿Cuáles son las otras fuentes de información que podemos comparar con la del noticiario televisivo? Por ejemplo, el estudiante puede consultar libros, revistas, y periódicos que refieran al tema noticioso. El objetivo de esta actividad es

que se le pueda incorporar al noticiario otras informaciones complementarias.

2. *Sombrero rojo para las comiquitas.* ¿Qué es lo que más te ha gustado de la comiquita? ¿Qué sientes en este momento sobre el comportamiento de los personajes? ¿Cuáles son los personajes que te llaman la atención? ¿Por qué? ¿Te gustan los conflictos que se presentan en las comiquitas? ¿Te agrada la música y los colores de las comiquitas? ¿Te gustaría ser como los personajes de las comiquitas?

3. *Sombrero negro para la publicidad.* ¿Tiene alguna relación el mensaje publicitario con nuestra realidad? ¿Existen elementos adicionales que en nada tienen que ver con el producto? ¿Cuál es el sentido de que aparezcan? ¿Cuál es el rol y la apariencia del hombre o de la mujer que aparecen anunciando el producto? ¿Cuál es el rol que asumen muchas personas en la vida real sobre ese producto? ¿Está de acuerdo con el consumismo compulsivo? ¿Hay que educar al ciudadano para que sea un consumidor responsable? ¿El mensaje publicitario refuerza nuestros valores familiares? ¿Qué es lo que considera más cuestionable en los mensajes publicitarios?

- *Sombrero amarillo para las telenovelas.* ¿Por qué es beneficiosa la telenovela para el entorno familiar? ¿Qué aspectos de nuestra vida cotidiana profundizan sus personajes? ¿Cuáles son las ventajas que nos ofrecen ciertos dramas que, afortunadamente, nunca tendremos que vivir? ¿Cuáles son los beneficios psicológicos que nos pueden aportar los mensajes de alto contenido humano en algunas telenovelas?
- *Sombrero verde para los seriales y las películas violentas:* ¿Considera que la violencia es el único recurso dramático para resolver los conflictos entre los personajes? ¿Cuáles son las alternativas que se pueden ofrecer para la resolución de este tipo de conflictos? ¿Cuáles ideas innovadoras se podrían incluir en estos dramas televisivos para que asusten menos a los niños? ¿Qué tipo de historia usted contaría a los niños mediante los seriales televisivos (policiales, western, ciencia ficción)? O por el contrario: ¿Qué tipo de historia le correspondería contar a los niños a partir de los conocimientos que ha adquirido en *Castellano y Literatura* y en *Educación Familiar y Ciu-*

66

La enseñanza de la televisión se convertirá en puro tecnicismo conceptual y por lo tanto fracasará en su intento de enseñar el uso crítico-racional de los medios, en tanto soslaye la posibilidad de aplicar las estrategias cognitivas del aprendizaje para que el alumno aprenda a pensar significativamente en medios de comunicación.

99

dadana? ¿Los villanos de las películas podrían en algún momento admitir que son culpables de los daños que han ocasionado?

- *Sombrero azul para pensar mis mediaciones.* ¿Cómo es nuestra relación con la televisión? ¿Cuánto tiempo le conferimos a este medio? ¿Conversamos la televisión con nuestros padres? ¿Nuestros padres nos preguntan lo que vemos en televisión? ¿Por qué nos gusta más ver televisión que dialogar en familia? ¿Por qué mis padres prefieren que yo vea televisión solo en mi habitación? ¿Por qué la televisión es el tema de conversación central en el recreo? ¿Por qué los noticieros muchas veces descontextualizan la información y le colocan música de fondo? ¿Por qué en la publicidad de bebidas no alcohólicas aparecen mujeres vestidas con traje de baño y haciendo poses sensuales? ¿Por qué la escuela no me enseña a ver televisión? ¿Por qué aprendo más de la televisión que de la escuela? ¿Por qué la escuela culpa a la familia de que los niños vean tanta televisión? ¿Por qué la televisión apela más a la emoción que a la razón? ¿Por qué la escuela no diseña métodos de enseñanza que compitan con la televisión?

IV

La enseñanza de la televisión se convertirá en puro tecnicismo conceptual y por lo tanto fracasará en su intento de enseñar el uso crítico-racional de los medios, en tanto soslaye la posibilidad de aplicar las estrategias cognitivas del aprendizaje para que el alumno aprenda a pensar significativamente en medios de comunicación. Y en tanto concentre su interés en instruir exclusivamente sobre la tecnología, la historia, el lenguaje y los efectos de los medios masivos, sólo por citar algunos de sus tópicos más recurrentes.

En este sentido, lo mínimo que se alcanzaría en este tipo de aprendizaje es la habilidad para racionalizar y comprender la estructura formal y temática de los medios. A este tipo de conocimiento lo he denominado *formación semiótico-comunicacional*, ya que con él se adquiere una cultura general sobre la realidad semiótico-comunicacional y la destreza conceptual para analizarla.

Sin embargo, la enseñanza en televisión es exigente en su proyecto pedagógico y, por ende, se pregunta también: ¿Cómo hacer para que el educando identifique en su asignatura escolar elementos que le permitan discernir sobre los mensajes masivos? ¿Cómo se pueden articular los componentes temáticos de una asignatura escolar con los que se difunden a través de los medios? ¿Es suficiente una introducción al lenguaje audiovisual para lograr dicho objetivo?

Considero que además de educar para la formación *semiótico-comunicacional* es necesario articular esta formación con la *educación en valores* que se imparte en el currículo escolar. Ambos tipos de formación se complementan y se refuerzan teórica y metodológicamente y se erigen como el principio pedagógico fundamental de la educación para el uso reflexivo de la televisión.

La *educación en valores*, lo entendemos en un sentido amplio y global, esto es, sin circunscribirlo a una asignatura específica. Así pues, todas las asignaturas educan sobre valores o un conjunto de principios morales e ideológicos que orientan el comportamiento del estudiante. Es preciso señalar que algunas de las asignaturas que actualmente se imparten en el ciclo básico y diversificado del sistema educativo venezolano, como *Castellano y Literatura*, *Educación Familiar y Ciudadana*, *Historia del Arte*, pueden relacionarse con el marco teórico y metodológico de la pedagogía de la televisión.

Por ejemplo, podríamos tomar los temas del noviazgo, el concubinato y la autoestima de la asignatura *Educación Familiar y Ciudadana* y compararlos con algún episodio de una telenovela en el que se plantean dichos temas. Desde ese momento tanto el educador como el educando se sentirán más entusiasmados, más motivados para aprender los conceptos de dicha asignatura, a fin de contraponerlos a los valores expresados en la telenovela. Obviamente, para llegar a este estadio de comprensión el educando deberá tener previamente un conocimiento racional y crítico sobre el lenguaje de los medios masivos, y muy específicamente de los géneros televisivos.

Otro ejemplo: muchas obras de la literatura universal se han presentado en la televisión y en el cine. Sería sumamente interesante que se implementara una actividad donde se pudiese comparar la versión televisiva de los relatos de Rómulo Gallegos o de Arturo Uslar Pietri con las obras originales de estos autores. En este caso estaríamos estimulando tres aspectos de orden cognitivo:

1. El interés por la investigación, el descubrimiento y el desmontaje crítico-activo de la realidad.
2. La necesidad de explorar y problematizar el punto de vista de la versión televisiva en comparación con el de la obra literaria.
3. Y, finalmente, se estaría animando la creatividad en el educando, en tanto se le enseña a elaborar guiones literarios donde él exprese también su enfoque narrativo de la historia. En este momento el educando se convierte en un sujeto creativo toda vez que aprende a caracterizar los personajes, a crear situaciones dramáticas y diálogos, y a imaginar la aplicación de escalas de plano y transiciones temporales de la historia.

En síntesis, si no integramos la educación *semiótica-comunicacional* con la *educación en valores*, podemos asegurar que la pedagogía en televisión se desdibujará en cuanto propuesta de enseñanza. En vez de educar para el uso reflexivo de los medios, estaremos auspiciando un conocimiento técnico de los medios, que nada tiene que ver con la realidad curricular de la educación formal.

Desde esta perspectiva es que nace y cobra realmente vitalidad y sentido la enseñanza sobre televisión, toda vez que la

66

De cuerdo a Reyzábal y Sanz (1995), los temas transversales se ocupan de problemas y conflictos de indudable trascendencia mundial, que deben ser encarados por la sociedad a fin de proponer soluciones que estén en sintonía con los principios universales del hombre.

99

reflexión semiótico-comunicacional se halla en consonancia directa con los temas de las asignaturas que se dictan en el aula de clase. Dicho de otra forma, la educación en televisión cumplirá con su cometido pedagógico si enseña a pensar y enseña aprender en materia comunicacional y en educación de valores; y si establece un fecundo intercambio entre la competencia semiótica-comunicacional y la competencia moral.

V

Finalmente, incorporo cuatro elementos que considero esenciales para el desarrollo de estrategias de aprendizaje en la educación para el uso reflexivo de la televisión:

Primero, la *educación en televisión* debe incentivar en el alumno el *metaaprendizaje* y la *metacognición*, lo cual supone que éste debe aprender a aprender y aprender a pensar los contenidos que se imparten en el aula, y, a su vez, relacionarlos con los temas centrales de la educación en medios de comunicación.

Así pues, la educación en televisión fomentará el aprendizaje significativo en tanto tienda un puente entre las asignaturas de la educación formal (Castellano y Literatura, Educación Familiar y Ciudadana, Educación Artística, Historia del Arte e Historia Contemporánea, etc) y los contenidos de la pedagogía de los medios

(lenguaje y efectos de la televisión, mediaciones y consumo televisivo, análisis semiótico-comunicacional, la industria cultural, etc).

Los estudiantes recordarán, de manera significativa, los temas de la *educación en televisión*, porque se han reflexionado en el contexto de las asignaturas escolares. De igual forma, evocarán los contenidos de dichas asignaturas porque se han analizado desde la educación en televisión. De allí la importancia de que la pedagogía en medios de comunicación sea considerada como un tema transversal en el sistema escolar formal.

De cuerdo a Reyzábal y Sanz (1995), los temas transversales se ocupan de problemas y conflictos de indudable trascendencia mundial, que deben ser encarados por la sociedad a fin de proponer soluciones que estén en sintonía con los principios universales del hombre, como son la *igualdad* en vez de la discriminación y la dominación; la *solidaridad* en vez de las distintas modalidades de explotación y de egoísmo; la *justicia* en vez del desprecio por la condición humana y de los derechos individuales y colectivos; la *libertad* en vez de la esclavitud y toda forma de alienación psicológica; y la *salud* en vez de la desvalorización de la mente y del cuerpo.

Segundo, estoy convencido que tanto los mapas conceptuales de Novak y el pensamiento lateral de De Bono desarrollan el concepto de *creatividad* de la enseñanza de los medios. Concepto que, si bien ha sido introducido por Martínez-De-Toda, hasta los momentos, no ha sido examinado de manera extensa y profunda, a la luz de los aportes de la teoría cognitiva del aprendizaje y del paradigma construccionista.

Tercero, la *educación en televisión* tiene que fomentar la educación en valores. Si no se contempla este campo del saber, estaremos incurriendo en un tipo de educación meramente instrumental, al desvincular los valores que se enseñan en las asignaturas de la educación formal, con los que se imparten en la pedagogía de los medios. Dicho de otra forma, se debe confrontar tanto los valores del educador como los del educando y, paralelamente, los conceptos de las asignaturas escolares con los de la enseñanza de los medios, si se pretende, desde luego, que tanto el educador como el educando aprendan significativamente sobre su realidad escolar y sociocomunicacional.

Y cuarto, considero que la *educación en televisión* es una *línea de investigación*, en virtud de que existe una comunidad científica que produce conocimiento en el

campo educativo y comunicacional y por que, además, se cuenta con publicaciones especializadas, experiencias pedagógicas y encuentros internacionales, donde se reflexiona interdisciplinariamente sobre los fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos de esta disciplina. En consecuencia, la educación en televisión ha consolidado gradualmente su *piso de investigación*.

Piso de investigación supone, entre otras cosas, la existencia de centros de investigación reconocidos, en los que se desarrolla de manera sistemática líneas de investigación con la presencia activa de investigadores en plena co-producción científica, con dedicación a tiempo completo a la investigación y que trabajan interdisciplinariamente en equipo.

A este piso de investigación se añaden otros componentes: "(1) el reconocimiento, (2) la acreditación pública (3) y el apoyo económico a la labor del investigador... (4) implica, además, posibilidades de difundir resultados (publicaciones, eventos, etc), (5) acceso a redes de información científico-técnica, (6) posibilidad de comunicación e intercambio científico a escala nacional e internacional, etc." (Escontrela y Saneugenio, 2000:33, numeración nuestra).

En síntesis, la *educación para el uso reflexivo de la televisión* es una línea de investigación interdisciplinaria en donde se plantean zonas de encuentro entre la disciplina educativa y la comunicacional. Ambas disciplinas deben dialogar en forma permanente para que la *educación en televisión* se enriquezca desde el punto de vista teórico, metodológico y epistemológico. Sin ese diálogo es imposible que esta modalidad de enseñanza pueda erigirse como una propuesta pedagógica sólida, ya que propone entre otros aspectos un paradigma *educacional* alternativo que, como ya hemos señalado, se opone a las directrices de la educación bancaria tradicional⁶.

Notas y referencias Bibliográficas

DE BONO, Edward. *Pensamiento Lateral*. Barcelona, Paidós Empresa 5. 1993

— *Cómo enseñar a pensar a tu hijo*. Barcelona. Paidós. 1994

DIAZ-BARRIGA, Frida y HERNANDEZ ROJAS, Arceo. *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo: una interpretación constructivista*. México. Mc Graw Hill. 2002

ESCONTRELA, Ramón y SANEUGENIO, Amadeo. "La línea de investigación como eje de la formación doctoral" en *Cuadernos de Postgrado* N°22, Caracas, UCV. 2000

FLÓREZ OCHOA, Rafael. *Hacia una pedagogía del conocimiento*. Colombia. Mac Graw Hill. 1994

GARZA, Rosa María y LEVENTHAL, Susana. *Aprender cómo aprender*. México, Trillas. 1998

HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo. "Introducción a la teoría de la Educación para los medios", en *Anuario ININCO*. 2001 n°13, Caracas, UCV.

KAPLÚN, Mario. *Continuidades y rupturas en las búsquedas del comunicador*. Ponencia presentada en el IV Congreso Internacional de Pedagogía de la Imagen, La Coruña, España (reprografía). 1995

— *A la educación por la comunicación (La práctica de la comunicación educativa)*. Chile, UNESCO. 1992

MASTERMAN, Len. *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, Ediciones de La Torre. 1993

NOVAK, Joseph y GOWIN D., Bob. *Aprendiendo a aprender*. Barcelona, Ediciones Martínez Roca. 1993

ONTORIA y otros. *Mapas conceptuales: una técnica para aprender*. Madrid. Narcea. 1993

REYZÁBAL y SANZ. *Los ejes transversales: Aprendizaje para la vida*. Barcelona, Editorial Praxis. 1995

¹ Este ensayo forma parte de los proyectos: 1) *Televisión y Niños: Comunicación y educación para la recepción crítica de la televisión*; y 2) *Teoría general de la Educación para los Medios: Es-*

trategias pedagógicas para el sistema escolar formal e informal en Venezuela. El primero lo viene desarrollando el autor en el ININCO desde 1991, mientras que el segundo, también bajo su responsabilidad, fue aprobado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDC-UCV), bajo el número de registro PI-07-37-4660-2000.

² Para profundizar más en el tema de los mapas conceptuales, recomiendo los libros: *Aprendiendo a aprender* de Novak y Gowin (1988); *Mapas Conceptuales: Una Técnica para aprender*, de Ontoria y cols. (1997), en especial, los capítulos I y II; y *Aprendiendo cómo aprender* de Garza y Leventhal (1998), en particular, el capítulo 4.

³ Esta propuesta metodológica es de Garza y Leventhal, y se ubica en el libro *Aprender cómo aprender* (1998: 76-77), de dichas autoras.

⁴ Para De Bono un modelo es: "la disposición u ordenación de la información en la mente. En términos fisiológicos, se podría decir que un modelo es una secuencia repetible de actividad neural. En la práctica, un modelo es cualquier concepto, idea, pensamiento e imagen que pueda repetirse en su forma original cuando algún estímulo determina su aparición. Por modelo se entiende también una secuencia de tales ideas, pensamientos o imágenes que pueden repetirse de una forma que le confiere carácter unitario; por tanto, un modelo es también un conjunto o secuencia de varios modelos que pueden construir el enfoque de un problema, un punto de vista, un criterio". (1993: 61).

⁵ De Bono ha creado un conjunto de estrategias para aprender a pensar, como por ejemplo: CTF (considerar todos los factores); APE (Alternativas, posibilidades, elecciones); C y R (consecuencia y resultado), BMI (bien, mal e interesante); MFO (metas, fines y objetivos); PIM (prioridades importantes); PO (provocación de ideas); etc. En el contexto de este ensayo presentaremos, en esta ocasión, la estrategia que este autor ha definido como *Seis sombreros para pensar*.

⁶ El cuarto punto lo desarrollo extensamente en mi artículo *Introducción a la Teoría de la Educación para los Medios*, publicado en el Anuario ININCO/ Investigaciones de la Comunicación N°13, Vol.1, 2001.

■ **Gustavo Hernández Díaz**
Miembro del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco / UCV) y del Consejo de Redacción de *Comunicación*

La teleaudiencia

Evolución de los estudios
de audiencias desde
la llegada de la televisión
a Venezuela hasta hoy



venezolana: ¿una gran desconocida?

Resumen

Los estudios de teleaudiencia en Venezuela han variado considerablemente, ajustados a los cambios que a lo largo de los años han propuesto diversos autores. De esa forma, Rodríguez Breijo nos muestra en este trabajo como las primeras investigaciones llevadas a cabo, realizadas por académicos como Eduardo Santoro, Marta Colomina o Doris Pachano; recibieron una fuerte influencia de los postulados de la Escuela de Frankfurt, introducidos en nuestro país por Antonio Pasquali. Estas primeras investigaciones, inspiradas en paradigmas positivistas, prestaron especial atención a los contenidos y a los efectos de los mensajes en los presuntos receptores pasivos. Posteriormente, autores como Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini y Guillermo Orozco, apostaron por nuevos esquemas, provocando lo que ha denominado la autora el “escalofrío epistemológico”, representado por el uso de métodos cualitativos, que ubicaron al receptor de televisión en un contexto de múltiples relaciones. En nuestro país, investigadores como Leoncio Barrios han seguido esta nueva tendencia, con interesantes resultados. Asimismo, nos introduce Vanessa Rodríguez Breijo a los avances en lo que a estudios de audiencia, mercado y consumo, se refiere

Abstract

TV audience research in Venezuela has experienced considerable variations reflecting changes in positions that the researchers have adopted over time. In this article Rodríguez Breijo shows how the early studies carried out by Eduardo Santoro, Marta Colomina and Doris Pachano, were strongly influence by the Frankfurt School, introduced into Venezuela by Antonio Pasquali. These earlier studies put special emphasis on the contents and the effects of messages in the presumably passive audience. Later on, authors such as Jesus María Barbero, Nestor García Canclini and Guillermo Orozco adopted new approaches which the author has called “cold epistemology” characterized by the use of qualitative methods which place the TV audience in the context of multiple relationships. In Venezuela, researchers such as Leoncio Barrios have followed these new tendencies and obtained interesting results. This article also considers the advances in audienced research with special reference to market and consumers use of TV.

■ Vanessa Rodríguez Breijo

A cincuenta años de su inserción social, la televisión sigue siendo en el siglo XXI el fenómeno técnico-mediático-cultural más importante para las mayorías que habitan los países latinoamericanos

Guillermo Orozco

Martín Barbero, que hasta el momento disfrutaba tanto como sus alumnos, divirtiéndose con lo que ocurría en la pantalla, y que no podía imaginar que hubiese en la sala otra gente con actitud distinta frente al film, dice que además de vergüenza sintió de inmediato lo que él mismo denominó un «escalofrío epistemológico». Es decir (...) un escalofrío proveniente de comprender, de improviso, que lo que veían la mayoría de los pobladores de Cali, de origen popular y nivel educativo medio, que estaban en aquella sala, era una cosa absolutamente distinta a la que él y su grupo de alumnos estaban consumiendo

Tulio Hernández

A pesar de las previsiones hechas en las décadas de 1950 y 1960, la televisión no mató a la cultura ni reemplazó a la política, pero tampoco fue la escuela del siglo XX ni la empresa general de lavado de cerebro. Entonces hay suficiente materia para reflexionar sobre las catástrofes que no provocó y sobre las revoluciones que tampoco produjo.

Dominique Wolton

Desde que las primeras imágenes (el Escudo Nacional con una música de fondo) estrenaron a las 10 de la mañana del 22 de noviembre de 1952 la pantalla televisiva en nuestro país, hasta la actualidad, que la misma se desborda de ofertas programáticas nacionales e internacionales a causa de la televisión por suscripción, y la televisión abierta cuenta con una penetración de 98,6% (según Conatel), detrás de esa pantalla ha estado presente un sujeto social, al que van dirigidos todos los esfuerzos informativos y comunicativos que utilizan como canal la televisión. Se trata de la teleaudiencia.

¿De qué manera se le han acercado los investigadores, tanto académicos como del sector privado, para saber más de ella? ¿Con qué supuestos teóricos y metodológicos se le ha abordado y qué preguntas se le han hecho? ¿Cómo ha evolucionado el estudio de la recepción en estos cincuenta años y qué tanto se conoce a las audiencias televisivas venezolanas?

Estas son las interrogantes que nos planteamos en este artículo, partiendo del hecho de que la teleaudiencia no siempre ha sido vista con los mismos ojos por parte de los investigadores (en ocasiones apenas ha sido vista), y esto supone distintas maneras de abordarla como objeto de estudio.

Durante mucho tiempo se partió del supuesto de que los perceptores eran entes pasivos, meros receptores manipulados por el mensaje del emisor, lo cual ocasionó que por parte de la academia se satanizara al “Mago de la cara de vidrio” y por parte del sector privado se buscara averiguar las preferencias programáticas de los telespectadores para lograr llegarles y persuadirlos.

Sin embargo, tanto el sector académico como el privado han cambiado su manera de estudiar a las audiencias televisivas, el primero porque se ha ido percatando de que estaba pasando por alto un elemento fundamental para comprender los cambios culturales del presente, y el segundo porque ha tenido que buscar soluciones para afrontar una mayor competencia y una gran crisis publicitaria. Para entender estos cambios, comencemos por el principio.

¿QUIÉN DIJO QUÉ?

La investigación de la televisión en el ámbito académico se inició en Venezuela con el análisis de programación y contenido. Estos estudios movieron la preocupación general hacia una indagación más detallada de los mensajes transmitidos por la

pantalla chica, como vía para un análisis ulterior de los efectos.

Resultaba primordial conocer quién era el emisor, qué decía y con qué intención, develar la producción económica del mensaje y comprender la estructura del sistema comunicacional, pues se pensaba que de allí se podía intuir qué impacto tenía el mismo en la audiencia. Pero ésta todavía no se estudiaba, sólo se hablaba de ella de forma intuitiva, se conjeturaba acerca de algunas de sus preferencias según diversas variables y acerca del posible efecto de los contenidos televisivos (Aguirre, 1979).

Casi terminando la década de los sesenta, Antonio Pasquali afirmaba que en “Venezuela, sólo los teledifusores supervisan indirectamente al universo de receptores (...) La investigación psicológica, comunicacional y sociológica de nivel universitario no está aún interesada en esos problemas” (Pasquali, 1967: 32).

Más adelante, cuando se conoció por los resultados de algunos estudios que los contenidos televisivos eran en su mayoría importados y violentos, y que la penetración de este medio era cada vez mayor, comenzó la preocupación por indagar en los efectos de la televisión.

... Y CON QUÉ EFECTOS?

Los estudios que investigaron los efectos de la televisión se enmarcaban en el paradigma positivista de la ciencia, puesto que partían de la concepción de que el investigador es capaz de captar la realidad, con independencia de su subjetividad, por medio de técnicas que buscan datos específicos y exactos, por lo general expresados en números y recolectados a través de encuestas.

Básicamente se desarrollaron en el ámbito disciplinar de la psicología conductista y de la sociología funcionalista norteamericana y partían del supuesto de que el mensaje de comunicación masiva tiene como fin provocar una reacción a corto plazo en el sujeto, es decir, que en el acto comunicacional debía generarse necesariamente una relación estímulo-respuesta: quién dice qué, en qué canal, a quién y *con qué efectos*, como la fórmula propuesta por Harold Lasswell para comprender la comunicación. Desde esta perspectiva, la audiencia recibía pasivamente el mensaje televisivo, por ello la pregunta que había que hacerse era qué hacía la televisión con los perceptores (Hernández, 1998).

El primer estudio que se realizó sobre audiencias infantiles se llevó a cabo en

1966, con el financiamiento de la Federación de Instituciones de Protección y Asistencia al Niño (FIPAN). El objetivo era conocer qué tipo de actividades realizaban en su tiempo libre los escolares del área metropolitana y qué programas de televisión solían sintonizar, con el fin de evaluar la conveniencia desde el punto de vista formativo de haber implementado el medio turno escolar (Aguirre, 1979).

Aún no se hablaba directamente de efectos, pero al poco tiempo, en 1967, en la Universidad del Zulia se llevó a cabo un estudio de mayor alcance, a cargo de Marta Colomina, en el que se investigó por medio de encuestas a amas de casa y a niños de diferentes sectores sociales de la ciudad de Maracaibo, sobre la audiencia y los efectos de los medios radio y televisión en relación al género "tele-radio-telenovelas", tomando como variables independientes el nivel socio-económico y el grado de educación de los encuestados. El estudio de los efectos estuvo precedido por un análisis de contenido de una muestra de estos programas.

En esta investigación, titulada *El huésped alienante* se observa un intento por comprobar o refutar en el plano experimental las hipótesis que intuitivamente se habían planteado sobre los efectos de la televisión, por ello está fundamentada en el paradigma positivista de la ciencia, desde el cual pretende superar a las "críticas y opiniones personales —que, aunque muy respetables— carecen de la fuerza y de la expresividad que proporcionan los trabajos objetivos de investigación" (Colomina, 1974: 31).

Casi simultáneamente, pero desde la capital, Eduardo Santoro realizaba un estudio de campo sobre la recepción de la televisión, en el que combinaba el análisis de contenido programático con el análisis de la recepción, también con una marcada influencia funcionalista. La hipótesis de este trabajo era que la televisión presenta y crea estereotipos sociales en los niños venezolanos, influyendo en las actitudes hacia nacionalidades, grupos étnicos, posiciones sociales, profesiones y valores.

Luego de interpretar los resultados de encuestas realizadas a alumnos de sexto grado y de las técnicas semiproyectivas de dibujo y creación libre, el autor concluyó que la televisión produce una serie de efectos sobre el tiempo libre, sobre el uso de otros medios de comunicación, sobre la familia y la vida social (originando conflictos), sobre la escolaridad (afectando el rendimiento escolar), y sobre intereses,

66

Aún no se hablaba directamente de efectos, pero al poco tiempo, en 1967, en la Universidad del Zulia se llevó a cabo un estudio de mayor alcance, a cargo de Marta Colomina, en el que se investigó por medio de encuestas a amas de casa y a niños de diferentes sectores sociales de la ciudad de Maracaibo

99

valores, actitudes y opiniones de los niños (Aguirre, 1979; Hernández, 1998a).

Este autor realizó la segunda parte de su estudio y publicó en 1998 *La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño, 30 años después*. En esta investigación se repite el estudio original, pero se incorporan aspectos adicionales como la exploración del uso del tiempo libre, la evaluación de las preferencias y las aspiraciones de la teleaudiencia infantil, los perfiles de opinión respecto a la publicidad, a los medios y a los juegos de video, el horario para usar la televisión y la libertad de acceso a los programas (Hernández, 1998). Sin embargo, a pesar de agregar estas interrogantes, se parte del mismo esquema funcionalista del primer estudio.

Por su parte, Doris Pachano realizó en 1982 un estudio para determinar el impacto de la televisión en los escolares maracaiberos, sobre todo en lo referente a la utilización del tiempo libre, al rendimiento estudiantil y a la identificación con los valores transmitidos por este medio. El método utilizado fue el análisis de contenido de programas y una encuesta (Pachano, 1987).

DISPERSIÓN Y DISCONTINUIDAD

Además de los estudios de Colomina, Santoro y Pachano se realizaron otras investigaciones sobre efectos de la televi-

sión y preferencias televisivas, las cuales lograron un menor impacto y difusión, y por lo general trabajaron con muestras más pequeñas y menos representativas.

Algunas de estas investigaciones fueron: la de Borden y Fernández (1971), sobre las preferencias televisivas de los niños del área metropolitana de Caracas; la de Carlos Muñoz (1973) que intenta averiguar cómo afectan los contenidos violentos de la televisión en el nivel de conducta agresiva de los escolares; el de Leoncio Barrios (1973), cuyo objetivo era determinar cómo los mensajes masivos inciden en que las aspiraciones de los niños no correspondan con su realidad socioeconómica; el de Rebeca Blanco, Mery González y Sonia González (1975), acerca de la influencia de la televisión manifestada a través del contenido lúdico de los infantes; el de Adolfo Herrera (1977), dirigido a detectar la incidencia de la televisión en la formación de hábitos de consumo en niños escolares; y los trabajos de un grupo de investigadores de Barquisimeto pertenecientes a la Fundación para el Desarrollo de la Región Centro Occidental, quienes compararon los usos entre los estratos alto y bajo para determinar la influencia de la educación y el ingreso en las pautas de acceso y recepción a los medios disponibles.

A excepción de Eduardo Santoro, quien desarrolló la segunda parte de su investigación treinta años después, estas investigaciones no tuvieron continuidad, ni respondieron, por lo general, a líneas o proyectos de investigación permanentes de las universidades.

Por otra parte, los estudios sobre efectos descontextualizaron al individuo de su ubicación social y trataron de explicar las relaciones con los medios desde un punto de vista psicológico, como si éstos afectaran a personas aisladas. No repararon en la pertenencia de las audiencias a un ambiente político, económico e ideológico y los efectos de los medios eran medidos en el corto plazo, pues la experiencia de ver TV se circunscribía al momento de estar frente a la pantalla, en contacto con el mensaje televisivo (Silverstone, 1994).

De manera que la teleaudiencia comenzaba a ser tomada en cuenta y estudiada, pero al ser entendida como un conglomerado de espectadores estáticos y pasivos, carentes de función expresiva, fue objeto de una serie de reduccionismos que malentendieron el proceso comunicativo, otorgando mayor importancia a las acciones del emisor y a las características del medio.

**RECEPTOR =
ALIENACIÓN + MANIPULACIÓN**

La investigación de la comunicación en América Latina, y por tanto en Venezuela, estuvo muy influenciada por la escuela de Frankfurt. El paradigma central de esta escuela de análisis filosófico-sociológico fue la *industria cultural*, a la cual se le atribuía la función de renovar el conformismo, socializar la represión, manipular a los espectadores en dirección a la ideología capitalista y hacer desaparecer la verdadera experiencia cultural (la de las bellas artes) en beneficio de una sub-cultura estandarizada y degradada (Adorno y Horkheimer, 1977).

Estos supuestos teóricos, aunque llamaron la atención sobre la racionalidad mercantil de los medios de comunicación y la intencionalidad de los mensajes transmitidos por ellos, limitaron las expresiones culturales a las pertenecientes a la "alta cultura" y concibieron a los receptores como entes pasivos que aceptaban el sentido propuesto por un emisor manipulador. Esta visión del proceso comunicacional, elitista y prejuiciada, no permitió pensar la importancia cultural que los medios y su cultura comenzaban a representar para las mayorías.

El pensamiento frankfurtiano fue introducido en Venezuela por Antonio Pasquali y Ludovico Silva. Para ellos, el conocimiento de la audiencia provenía de la comprensión del funcionamiento del sistema comunicacional, en términos de industria cultural.

Pasquali, quien realiza un esfuerzo pionero al estudiar la programación de la televisión venezolana, diagnosticó que la audiencia sufría pasivamente la manipulación de la televisión, comandada por las élites del poder económico, nacionales e internacionales. Por lo tanto, a la hora de investigar era el emisor quien cobraba mayor importancia: "debe explicitarse de antemano: el quién es, en términos comunicacionales aplicados, el polo transmisor de la información" (Pasquali, 1980: 125).

A través de una caracterización de la estructuración económica de los medios y de su proceso de concentración, además del estudio de sus mensajes, este autor concluirá que el "venezolano, unidad atomizada por masificación, es el indefenso receptáculo de todos los aspectos del saber que caracterizan a la información unilateral, porque no añora aquellas otras formas de la cultura, más típicas de una sociedad de público que nunca tuvo firmemente" (Ibidem, 1980: 120).

66

El pensamiento frankfurtiano fue introducido en Venezuela por Antonio Pasquali y Ludovico Silva. Para ellos, el conocimiento de la audiencia provenía de la comprensión del funcionamiento del sistema comunicacional, en términos de industria cultural

99

De manera que, según su perspectiva, sólo existía actividad y creatividad en "el intercambio de opiniones y periodismo nacional y honesto, vida comunitaria, cultivo del espíritu o manifestaciones culturales" (de la alta cultura), y como en Venezuela estas condiciones nunca se habían dado (pues la modernidad se introduce de la mano de la experiencia audiovisual), la televisión, la radio, el cine y los comics, venían a atomizar y masificar a la sociedad, volviéndola conformista e individualista (Ibidem).

En el mismo orden, Ludovico Silva, consideraba que en Venezuela existe una "industria de las conciencias, una manera de manejar los espíritus, un modo de embrujarnos las conciencias" (Silva, 1975: 51), por cuyo canal "al pueblo se le dirige una inmensa metralla cultural con la cual se lo intoxica, se le atosiga y se le asesina mentalmente" (Ibidem, 1975: 49).

En su libro *La plusvalía ideológica* explica que la industria cultural, a manera de "gigantesco laboratorio psicológico", maneja una serie de condicionamientos de las audiencias, a través de los estímulos de la propaganda y las mercancías, que suministran ideología a la *psique* humana y le introducen todo un sistema preconciente de representaciones y valores que tienden a preservar y defender el capitalismo (Silva, 1996).

De tal manera ha sido importante la influencia de la escuela de Frankfurt en el pensamiento comunicacional venezolano que a pesar de que las investigaciones sobre los efectos se basaban en el conductismo y en el funcionalismo, los cuales eran rechazados categóricamente por la teoría crítica, en la fase de interpretación de los resultados cuantitativos de estos estudios se explicaban los mismos en términos de alienación, atribuyendo la responsabilidad de tales efectos al emisor manipulador, como planteaban los partidarios del paradigma de la industria cultural. Así ocurre en los estudios de Colomina, Santoro y Pachano.

Este pensamiento deudor de la escuela de Frankfurt y de la teoría de la dependencia estancó el conocimiento de las audiencias, al punto que el "ruido político" de la izquierda académica venezolana no permitió escuchar a otras voces que demostraban la falsedad de muchos presupuestos de los que ésta partía, como el de la recepción pasiva.

Se pensaba que se conocía a la teleaudiencia, pero esa carga valorativa que se le atribuía de antemano no permitía entender lo que pasaba entre ella, sus prácticas sociales y la televisión.

**EL "ESCALOFRÍO EPISTEMOLÓGICO"
LLEGÓ A VENEZUELA**

A mediados de los años ochenta se comienza a vivir en las ciencias sociales una crisis de paradigma, y en la investigación de la comunicación se empieza a vislumbrar que el método estaba siendo sobrepasado por la realidad, tal como lo expresa Jesús Martín-Barbero: "algunos comenzábamos a sospechar de aquella *imagen* del proceso (...) en la que todo trascurría entre unos emisores-dominantes y unos receptores-dominados sin el menor indicio de seducción ni resistencia, y en la que por la estructura del mensaje no atravesaban los conflictos ni las contradicciones y mucho menos las luchas. Justo por esos años algo se nos movió en realidad (...) y nos hizo visible el profundo desencuentro entre método y situación: todo lo que del modo en que las gentes producen sentido de su vida, del modo en que se comunican y usan los medios, no cabía en el *esquema*" (Martín-Barbero, 1991: 9-10).

Entonces, a partir de los estudios seminales de este autor y de Néstor García Canclini se comienza a "re-ver" el proceso de comunicación desde la orilla de la recepción, comprendiendo al mismo co-

mo un fenómeno continuo, complejo y contradictorio y entendiendo al perceptor como un sujeto contextualizado en una determinada cultura, que va establecer relación con un mensaje y a partir de él va a producir un sentido (que puede coincidir o no con el que quería transmitir el emisor), y por lo tanto va a producir cultura. Esta concepción de la audiencia como un ente activo ya había sido planteada por la teoría de los usos y gratificaciones y por los estudios culturales británicos (con R. Williams, E.P. Thompson y R. Hoggart).

A Venezuela llega ese "escalofrío epistemológico" del que habla Jesús Martín-Barbero y reseña Tulio Hernández en el tercer epígrafe de este artículo, y luego de un aparente estancamiento de la investigación¹ se comienza a replantear el enfoque teórico y metodológico para abordar a la teleaudiencia.

LA PREGUNTA CUALITATIVA

Tanto en la investigación académica como en la privada, la información de la que se disponía sobre las audiencias estaba expresada en datos numéricos, lo importante había sido conocer el cuánto, cada interrogante de investigación debía ser contestada con un número, en términos absolutos o porcentuales, pero poco se conocía de los procesos que se daban del otro lado de la pantalla, ni al momento de la exposición y mucho menos antes y después de ella (Barrios, 1992).

Es por ello que surge la alternativa de la investigación cualitativa de las audiencias, caracterizada por la recolección de datos en el medio ambiente natural en el que se da el proceso, el uso de técnicas poco estructuradas, la posibilidad de investigar exploratoriamente o sin hipótesis previas, el trabajo sobre una muestra no necesariamente representativa y el análisis cualitativo de los datos para la derivación de hipótesis o teorías (Barrios, 1992).

Dentro de esta tendencia, es publicada en 1993 la investigación de Leoncio Barrios *Televisión y Familia*, la cual se inscribía en una línea de investigación del Departamento de Familia y Comunidad como Educadores del Teachers College de la Universidad de Columbia, Nueva York.

En ella, este autor indaga por medio del método etnográfico (observación participante y entrevistas abiertas) en el uso que le dan a la televisión tres familias caraqueñas. Las categorías de análisis con las que finalmente organiza los resultados, y que corresponden a cada proceso estudiado en

66

El paradigma de las mediaciones (desde la perspectiva de Guillermo Orozco y Jesús Martín-Barbero) plantea que la recepción es un proceso complejo, que antecede y prosigue el tiempo de exposición a la pantalla televisiva, está mediado por múltiples fuentes y en el que el perceptor produce sentido a partir de un mensaje recibido.

99

función de la relación familia-televisión, son: organización del tiempo, organización del espacio, estilos de exposición, poder, comunicación y aprendizaje (Barrios, 1993).

Este estudio resulta novedoso por haber concebido la recepción como un proceso complejo y mediado por múltiples instituciones (entre las cuales está la familia) y por haber partido del paradigma interpretativo, que se plantea comprender desde la óptica de la audiencia el campo de significados que ésta le atribuye al acto comunicativo, es decir, qué hace la audiencia con la TV y no al contrario.

Por ambas razones, el de Barrios es un estudio atípico dentro de la investigación venezolana, aunque en opinión de Gustavo Hernández (2002), investigador del Ininco, esta iniciativa no haya tenido continuidad en nuestro país, o por lo menos no en los estudios publicados.

MEDIACIONES, EDUCACIÓN Y TELEVISIÓN

El paradigma de las mediaciones (desde la perspectiva de Guillermo Orozco y Jesús Martín-Barbero) plantea que la recepción es un proceso complejo, que antecede y prosigue el tiempo de exposición a la pantalla televisiva, está mediado por múltiples

fuentes y en el que el perceptor produce sentido a partir de un mensaje recibido.

Bajo estos supuestos se configura la línea de investigación "Medios, comunicación y educación" del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco-UCV), la cual está a cargo del prof. Gustavo Hernández. A pesar de que la misma se constituyó como línea y definió su actual nombre apenas el año pasado, desde comienzos de los años noventa se inició el proyecto "Educación para el uso crítico de los medios", configurado bajo similares parámetros que dicha línea. Ambos (línea y proyecto), han representado un esfuerzo sostenido en la investigación de las audiencias y en la utilización de la información obtenida con el fin de elaborar estrategias pedagógicas para una educación de las audiencias.

Dicha educación es considerada fundamental desde este enfoque, pues aunque defina a la telaudiencia como un ente activo, los niños todavía tienen muy escasas experiencias previas y referentes ideológicos como para no verse afectados por la programación televisiva, si no se les proveen las herramientas necesarias y si no se les alfabetiza audiovisualmente.

Hernández (2002) explica que "sólo conociendo a nuestras audiencias podemos elaborar estrategias pedagógicas más realistas y menos especulativas", por ello en esta línea de investigación está planteado el desarrollo de investigaciones cualitativas y proyectos pedagógicos que surjan a partir de ellas, con la colaboración de los estudiantes de la Especialización en Educación para los Medios, curso que comenzará en marzo del año que viene, con la coordinación del propio Hernández y la prof. Morella Alvarado.

Aunque actualmente este autor considera que la mejor manera de entender el proceso de recepción es estudiarlo cualitativamente, reconoce que en un comienzo su investigación estuvo influenciada por el análisis estructuralista, haciendo hincapié en el mensaje televisivo, pero que tras un proceso de crecimiento y tras nutrirse de disciplinas como la psicología, la sociología y la antropología, hoy tiene en cuenta que hay una resignificación del mensaje y que ésta es una realidad compleja que es necesario estudiar sin forzarla para que "entre" en el método.

UN CONOCIMIENTO RELATIVO

A pesar de los esfuerzos mencionados *supra*, y los que no se mencionan por estar

relacionados con trabajos de grado y de ascenso no publicados, la academia venezolana ha indagado poco en los procesos de recepción televisiva. Además, la tradición que sigue predominando en los estudios sobre audiencias es la de los efectos, "muy escasamente podemos encontrar investigaciones sobre los usos de los mensajes televisivos por parte del público" (Hernández, 1998b: 9)

Las razones de este limitado conocimiento son variadas. Para Jesús María Aguirre (1976) la carencia de tiempo (por compromisos docentes) y de dinero (por falta de financiamiento), son los motivos más importantes. En el primero de ellos coincide Pasquale Nicodemo (2002), al afirmar categóricamente que la universidad no está en condiciones económicas de realizar estudios de gran alcance, con muestras representativas de la teleaudiencia.

Por su parte, Max Römer Pieretti (2002), considera que este vacío de conocimientos tiene que ver también con la carencia de una instancia que vele por los derechos de los televidentes, puesto que al no existir un mecanismo para que los resultados de los estudios se traduzcan en una programación de mayor calidad, la motivación de investigar disminuye, al verse imposibilitado el fin social de todo trabajo universitario. Finalmente, Gustavo Hernández (2002) recalca la importancia de crear y mantener líneas de investigación que no respondan a modas teóricas pasajeras, y de fortalecer la comunicación entre los investigadores, que hasta ahora ha sido bastante débil e inconstante.

Todas estas carencias no las sufre la investigación del sector privado, para el cual no existen tantas limitaciones a la hora de obtener información sobre las audiencias, puesto que para sus clientes (comerciantes, políticos, canales de televisión y agencias de publicidad, principalmente), esos datos pasan a ser determinantes en términos de sus decisiones.

SEÑORA: ¿QUÉ ESTÁ VIENDO EN ESTE MOMENTO?

Mientras que la academia tuvo que esperar más de diez años en realizar las primeras investigaciones sobre audiencias televisivas, el sector privado dejó pasar apenas dos, desde la estabilización de la señal de la Televisora Nacional TVN-5, para estudiar cuantitativamente las preferencias programáticas de los perceptores. Desde 1955 hasta 1990 esta indagación estuvo en manos de la empresa Datos C.A., que tu-

66

Para el año 1993, Venezuela llegó a ser el país más avanzado técnica y metodológicamente de América Latina en cuanto a la medición cuantitativa de las audiencias televisivas

99

vo origen en el Departamento de Investigación de Corpa, una de las agencias de publicidad más grandes para la época.

En Datos se trabajó con el método coincidental, realizando encuestas en el propio momento de emisión del programa, para saber si los entrevistados estaban viendo televisión y de ser así, qué canal tenían sintonizado. En un comienzo este estudio estaba limitado a la capital, pero luego el área se fue ampliando hasta cubrir 28 ciudades mayores de 25.000 habitantes (González y Hernández, 1994).

Este método, por su aleatoriedad, requería de un elevado número de encuestados, pues se desconocían las características de las personas que respondían a las encuestas y se ignoraba cuántas personas debían contactarse para lograr la representatividad de cada segmento de la población. Por ello, los costos se elevaban y los estudios se redujeron de seis a tres anuales.

Esta investigación no sólo disminuyó su frecuencia sino su credibilidad, puesto que los canales de televisión conocían la fecha en la que se realizaría la medición y por ello preparaban una programación atípica para esos días, descuidando la del resto de los meses. La desconfianza que se generó en torno a los datos que se obtenían fue expresada por Pasquali (1967: 32) en los siguientes términos: "Los 'ratings' resultantes —obtenidos con misteriosa y hasta dolosa alquimia— llenan funciones de 'super-cuñía' comercial" (Pasquali, 1967: 32).

Por esta razón, la empresa implementó paralelamente otro estudio, también coincidental pero por teléfono, a partir de 1972. Pero en esta oportunidad el proble-

ma era el tamaño de las muestras y el sesgo que introducía que sólo se consultaran hogares con teléfono (González y Hernández, 1994).

En 1986 hubo un intento, por parte de las agencias de publicidad J. Walter Thompson, McKann Erickson y ARS, entre otras, de entablar conversaciones con Datos, para que ésta renovara su metodología y les suministrara información sobre hábitos televisivos. Luego de fracasar este primer intento, dichas agencias trataron de elaborar ellas mismas un estudio propio, pero no hubo acuerdo entre las partes y J.W.T. emprendió en 1988 la iniciativa de estudiar el *rating*, pero debido a su limitado alcance, esto no pasó de una prueba piloto (Bareda, 2002).

A LA VANGUARDIA TÉCNICA

Dos años después, llega al país la empresa C.V.I. (Compañía Venezolana de Investigación de Mercado), bajo la dirección de Rodolfo Bareda, y con ella se introduce la metodología del "panel de hogares", que se basa en la selección de una muestra probabilística y estratificada de hogares, los cuales son rotados periódicamente, para obtener la información sobre sus hábitos televisivos de todos los días.

Durante cinco años C.V.I. estuvo operando con el método del cuadernillo, que se basaba en una suerte de diario que cada integrante de la familia debía llenar con la información de su consumo televisivo por medias horas. Esos datos eran revisados y validados, tanto manualmente como a través de computadoras.

Por otra parte, esta empresa introdujo los conceptos de frecuencia y alcance en el tratamiento de los datos, pues las agencias de publicidad sólo manejaban hasta ese entonces los de *rating* y *share* (Bareda, 2002).

Para el año 1993, Venezuela llegó a ser el país más avanzado técnica y metodológicamente de América Latina en cuanto a la medición cuantitativa de las audiencias televisivas. Mientras que en Brasil todavía se enviaba la información a los clientes a través de fax, en nuestro país ya se disponía de softwares de red que hacían llegar los datos y de computadores 386 que por esa fecha eran lo más nuevo que ofrecía el mercado. Este adelanto se perdió con el paso de los años y hoy en día las técnicas más avanzadas pertenecen a las agencias de publicidad colombianas (Bareda, 2002).

En 1995 se introduce la medición electrónica en Venezuela, pero como la com-

pañía AGB Panamericana de Venezuela contaba con una tecnología más avanzada que C.V.I., esta empresa decide fusionar el panel de hogares que venía realizando con la medición electrónica, y trabajar conjuntamente con AGB, aplicando durante un año las dos técnicas de recolección de datos simultáneamente con el fin de validar la más reciente.

Para 1996, C.V.I. deja en manos de AGB la medición cuantitativa de audiencias televisivas. Entonces se comienza a trabajar exclusivamente con el *people meter*, que es un recolector de información central que recopila todo lo que ve la familia en un televisor durante 24 horas. Se instala en un máximo de hasta cuatro televisores por hogar y la información recogida se transmite vía telefónica a un computador central (González y Hernández, 1994). Su ventaja es la precisión, la producción de datos minuto a minuto y la superación de algunos problemas propios del cuadernillo relacionados con la memoria y la disciplina del anotante.

Debido a los costos de este sistema de medición, que actualmente se encuentra implementado en 9 ciudades del país, la muestra debe ser reducida, por ello se debe optimizar la misma en su proceso de selección. Debido a su tamaño reducido, debe ser desproporcionada y luego balanceada, porque si no la cantidad de personas seleccionadas en el sector más pequeño de la población (clase AB) es tan minúscula que no proporciona información válida (Peña, 2002).

Esta compañía de medición de teleaudiencia no se queda en la data, que proporciona a sus clientes todos los días a través del computador, sino que ha desarrollado softwares avanzados para que éstos procesen los datos y obtengan la información que necesitan para tomar sus decisiones. Entre ellos se encuentran: el paquete para análisis histórico de los hábitos y tendencias de la audiencia de TV, el de monitoreo y post-evaluación de campañas de televisión y el de planificación y optimización de compras de TV (Sitio web de AGB Panamericana de Venezuela, 2002).

Con los resultados obtenidos a través de la aplicación del primer paquete publica en su página web, el anuario sobre hábitos y tendencias televisivas de la teleaudiencia venezolana.

MÁS ALLÁ DE LOS NÚMEROS

Con el tipo de estudios reseñados hasta aquí sólo se cuantifican las demandas del

66

Las empresas que actualmente investigan al consumidor en sus distintas variables, incluyendo hábitos televisivos son: JMC/Y&R; Foote, Coone & Belding; C.V.I. y ARS Publicidad.

99

público, sus opiniones, gustos y preferencias de programas, sin profundizar en ellos. A través de esta información, los canales de televisión toman decisiones en cuanto a su programación, las agencias de publicidad orientan su estrategia publicitaria y su plan de medios, y los anunciantes planifican y controlan su inversión publicitaria.

Pero esta información era más útil para una primera etapa de la publicidad, en la cual lo más importante eran las técnicas de información y persuasión para lograr que el cliente comprara el producto. Esta etapa se fundamentaba en la teoría de la gran influencia de los medios de comunicación.

Sin embargo, las siguientes etapas de la publicidad, según la categorización de Martínez de Toda y Terrero (1995) se interesan más por el comprador, por sus problemas, aspiraciones y estilos de vida, para con esos datos presentar representaciones y escenificaciones de las audiencias mucho más exactas y favorables. Además, la creciente competencia entre productos hace más necesario el conocimiento profundo del consumidor, más allá de saber qué programas suele mirar.

Adicionalmente, los últimos años la inversión publicitaria ha sufrido una crisis y por ello las agencias deben ofrecerle al cliente el valor agregado del conocimiento sobre el público objetivo, para optimizar la inversión y dirigirse al medio más indicado en el horario más adecuado. La reducción de los presupuestos publicitarios incide en una mayor racionalización en el uso de los medios (Guzmán y Herrera, 2002).

Por eso, desde algunas agencias de publicidad y algunas empresas privadas de investigación se está indagando en características de la teleaudiencia que van más allá de la recolección de datos sobre su exposición a la televisión y en ocasiones van más allá de los números, para ingresar en el complejo campo de la investigación cualitativa.

Las empresas que actualmente investigan al consumidor en sus distintas variables, incluyendo hábitos televisivos son: JMC/Y&R; Foote, Coone & Belding; C.V.I. y ARS Publicidad.

UNA MIRADA INTEGRAL AL CONSUMO

Luego de dejar en manos de AGB la medición cuantitativa de la audiencia, C.V.I. se dedicó exclusivamente al estudio que realiza actualmente en seis ciudades de Venezuela sobre consumo de productos y medios.

Este nace de la necesidad de información integral sobre el consumo, puesto que el mercado está muy fragmentado y segmentado y por ello es importante conocer el target al cual va dirigido el producto, en relación con sus otros hábitos: el uso que hace de los medios, sus preferencias de otros productos, sus lugares de compra, su comportamiento durante los comerciales, su recordación de marcas y otros aspectos relacionados. Este estudio se caracteriza por ser de base amplia (muestras grandes) y fuente única, es decir, que de un mismo encuestado se recolecta toda esta información, a fin de poder cruzar variables y poner filtros para definir targets en lo referente a dichos hábitos de consumo. Así por ejemplo, se puede saber qué programas suelen ver en televisión los consumidores de cierta marca de pasta dental, de cierta edad y cierto grupo socioeconómico.

En este sentido, se advierte una evolución desde el punto de vista de la investigación cuantitativa, puesto que se genera una gran cantidad de información, que puede ser utilizada para infinidad de objetivos (por lo general comerciales).

Otros estudios, como los que desarrolla JMC/Y&R y ARS Publicidad también han querido ir más allá de los datos sobre exposición al medio televisivo, incorporando variables psicodemográficas a la caracterización de los consumidores y aplicando la metodología cualitativa para complementar los resultados de una previa investigación cuantitativa.

JMC/Y&R parte del hecho de que la compra está influida por múltiples facto-

res, por eso han optado por el estudio denominado Consumer Value Point (realizado desde 1997), el cual cruza hábitos de consumo, con exposición a medios e imagen de marca. Con ello provee a sus clientes de una información más completa sobre el consumidor que la obtenida a través de la medición de audiencias de TV, que sólo define cuántas personas de cierta edad, sexo y nivel socioeconómico ven cada programa, y nada dice de sus otras características.

En el caso de ARS, se tomaron en cuenta los conceptos subyacentes al análisis motivacional y la segmentación, y se combinaron con la técnica de la encuesta. Esta agencia utiliza, para su estudio Media Consumer Profile, variables psicodemográficas, es decir, aquellas dirigidas a la comprensión de las actividades, intereses y opiniones de los consumidores, surgidas del entendimiento de que las variables demográficas resultan en ocasiones insuficientes para segmentar a los públicos (Canelón, 2000).

Este estudio, que se implementa desde el año 2000, ha ampliado su cobertura a ocho ciudades y en su primer año de aplicación incluyó una fase cualitativa, basada en *focus group*, dirigida a indagar en los intereses, opiniones, aspiraciones, necesidades y gustos de los consumidores (Cabrera, 2002)

Al segmentar los públicos de acuerdo a su estilo de vida y otro tipo de características distintas a las demográficas se está buscando ampliar el conocimiento del consumidor, de medios, servicios y productos, con lo cual se está dejando atrás el supuesto de la influencia omnipotente de los medios y se está reconociendo que cada persona, determinada social y culturalmente, interactúa de manera distinta con cada medio y que en dicha interacción intervienen (median) una serie de factores contextuales que no conviene olvidar. Es decir, que los consumidores y las audiencias son muchas otras cosas aparte de eso.

Esta certeza se encuentra más arraigada en el sector privado que en el académico (que aún no se deslustra de ciertos paradigmas funcionalistas o frankfurtianos), pues proviene de la necesidad de buscar formas más efectivas de llegarle al consumidor.

REFLEXIÓN DESPUÉS DEL BALANCE

Parece lógico pensar que en una sociedad cuyo eje es el mercado, los estudios de audiencias comandados por el mismo cuentan con una mayor inversión, mejores tec-

“

Por eso, una interacción con el campo académico, con miras a un intercambio teórico y metodológico, se perfila a todas luces más provechoso que el actual estado de incomunicación y desconfianza entre los sectores privado y académico de la investigación

”

nologías y la aplicación de nuevas metodologías que, dejando atrás el excesivo apego por las cifras, buscan dar cuenta de lo que está pasando con la comunicación y el consumo cultural del venezolano. Por eso, una interacción con el campo académico, con miras a un intercambio teórico y metodológico, se perfila a todas luces más provechoso que el actual estado de incomunicación y desconfianza entre los sectores privado y académico de la investigación.

Por otra parte, el problema del cómo se investiga y para qué debe ser rediscutido, puesto que aunque el sector privado lleva la delantera en las técnicas de investigación y los recursos, esto no se corresponde con un interés en que los resultados de esos estudios redunden de alguna forma en beneficio de las audiencias. De igual forma, la universidad puede tener la mejor de las intenciones de educar a las audiencias infantiles o de promover la organización de comités de televidentes, pero si no revisa la continuidad de sus esfuerzos investigativos, de nada le servirán sus buenas intenciones; los supuestos teóricos y metodológicos de los que parte y finalmente, no cuenta con recursos suficientes para desarrollar la investigación.

A cincuenta años de la llegada de la televisión a Venezuela es necesario más que nunca conocer qué ocurre del otro lado de la pantalla, desde una perspectiva despreciada y comprensiva de que la televi-

sión, más que un “huésped alienante”, “una celestina mecánica” o “un aparato singular”, es parte constitutiva y constituyente de la cultura que los venezolanos construyen cotidianamente.

■ **Vanessa Rodríguez Breijo**
Comunicadora Social. Auxiliar de Investigación en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco / UCV)

Notas y referencias bibliográficas

¹ Hablamos de estancamiento aparente porque tal como explica Jesús María Aguirre (1996) no fue un colapso productivo sino un mantenimiento de las líneas tradicionales, con la posterior aparición de actores de otras generaciones que hicieron otro tipo de abordajes del proceso comunicacional.

Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (1977): “La industria cultural. Ilustración como engaño de las masas” en *Sociedad y comunicación de masas* (Varios autores). Fondo de Cultura Económica, México.

Aguirre, Jesús María (1976): Investigaciones del sector privado sobre medios masivos en Venezuela” en *Comunicación* N° 15. Centro Gumilla, Caracas.

Aguirre, Jesús María (1979): “Evolución de las investigaciones sobre el niño y los medios de comunicación social en Venezuela”, en *Comunicación* N° 21. Centro Gumilla, Caracas.

Aguirre, Jesús María (1996): *De la práctica periodística a la investigación comunicacional. Hitos del pensamiento venezolano sobre Comunicación Social y Cultura de Masas*. Universidad Católica Andrés Bello, Fondo de Publicaciones Fundación Polar- UCAB, Caracas.

Bareda, Rodolfo (2002): Entrevista personal.

Barrios, Leoncio (1992): “El análisis cualitativo de la audiencia” en *Comunicación* N° 77/78. Centro Gumilla, Caracas.

Barrios, Leoncio (1993): *Familia y televisión*. Monte Ávila Editores Latinoamericana, Caracas.

Cabrera, Pedro (2002): Entrevista personal.

Canelón, Agrivalca (2000): “Investigación de mercados: Métodos y perspectivas” en *Miradas* N° 11. AGB/Y&R, Caracas.

Colomina, Marta (1974): *El huésped alienante. Un estudio de audiencia y efectos de las radio-tele-novelas en Venezuela*. Centro Audiovisual, Colección Ensayos, Maracaibo.

- Hernández Díaz, Gustavo (1998a): *Teleniños y Televiolencia*. Fondo Editorial de Humanidades, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Hernández Díaz, Gustavo (1998b): "De la efectología a los procesos de recepción en la audiencia de los medios" en *Comunicación* N° 103. Centro Gumilla, Caracas.
- Hernández Díaz, Gustavo (2001): "La teleaudiencia en los medios de comunicación" en *Comunicación* N° 113. Centro Gumilla, Caracas.
- Hernández Díaz, Gustavo (2002): Entrevista personal.
- Hernández, Tulio (1999): "Escalofríos" en *El Nacional*, 11-7-99, <http://128.241.247.116/Archive/leftx.asp>
- González, Glenda y Hernández, Eduardo (1994): *Terminología y métodos utilizados en la actualidad para medir la audiencia en TV en Venezuela*. Tesis de grado para optar por el título de Comunicador Social en la Escuela de Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela. Tutora: Clarira de Márquez.
- Guzmán, Carlos y Herrera, Bernardino (2002): "Tendencias de la industria publicitaria en Venezuela. Informe anual 2002" en *Humanitas. Portal temático en Humanidades*, <http://www.ucv-ve/humanitas.htm>.
- Martín-Barbero, Jesús (1991): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili S.A., Colección GG MassMedia, Barcelona.
- Martínez de Toda y Terrero, José (1995): "La audiencia ante los medios" en *Temas de Comunicación* N° 7. Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Nicodemo, Pasquale (2002): Entrevista personal.
- Orozco, Guillermo (2001): *Televisión, audiencias y educación*. Grupo Editorial Norma, Buenos Aires.
- Pachano, Doris (1987): *La televisión y los escolares*. Universidad del Zulia, Facultad Experimental de Ciencias, Maracaibo.
- Pasquali, Antonio (1967): *El aparato singular: análisis de un día de TV en Caracas*. Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Rómer Pieretti, Max (2002): Entrevista personal.
- Silva, Ludovico (1996): *La plusvalía ideológica*. Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela, Colección Avance, Caracas.
- Silverstone, Roger (1994): *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu Ediciones, Buenos Aires.
- Sitio web de AGB Panamericana de Venezuela (2002): <http://www.agb.com.ve/>
- Wolton, Dominique (1992): *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*. Editorial Gedisa, Colección El Mamífero Parlante, Barcelona.

Fundación Centro Gumilla



Esquina de La Luneta, Edif. Centro Valores,
P.B. Apartado 4838. Telfs.: 564.9803
564.5871. Fax: 564.7557. Caracas 1010-A.
Venezuela.



TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN REVISTA SIC

VENEZUELA

Correo ordinario	Bs. 25.000
Suscripción de apoyo	Bs. 50.000
Número suelto	Bs. 2.500

EXTRANJERO

Correo ordinario	US\$ 55
Correo aéreo América	US\$ 60
Otros países	US\$ 65

Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve

UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve

Le invitamos a visitar nuestra página en internet

www.gumilla.org.ve

*Escribir telenovelas para no ser un burócrata, intentar reformar la industria con propuestas más "ilustradas" que la fórmula que el género repite desde sus orígenes, escribir una, **Por estas calles**, que muestre las miserias cotidianas de una sociedad, que pronto se convierta en un hito comercial y que lo lleve a pelearse con la empresa por el uso político que ésta le da. Es la historia de Ibsen Martínez y Alberto Barrera Tyszka (cosas similares le ocurrieron en México, con *Nada Personal*), intelectuales que intentaron la telenovela cultural, que hoy cuentan sus historias.*

□ Carlos Delgado-Flores



**Mesa redonda
con Ibsen Martínez y**

“El intelectual que se acerca a la

“Lo que al principio era novedad o más modestamente dicho, lo que era propuesta, ha devenido rutinario y banal; lo que al principio auguraba un lenguaje si no nuevo al menos desasido, se ha hundido en la espesa municipalidad del rating, ha sucumbido a la miopía del departamento de ventas y a la incuria de un cierto tipo de ejecutivos -yo los llamaría más bien funcionarios- que, sin haber escuchado nunca hablar de Dickens, Dumas, Tolstoy, Quiroga o Paddy Chayevsky, se muestran sin pudicia como peritos en estructura dramática.”

Ibsen Martínez

Ultimo Capitulo de *Por estas calles*...

Hace diez años, Ibsen Martínez y Alberto Barreta Tyszka escribían telenovelas para Radio Caracas Televisión. Una de ellas, la más célebre, *Por estas calles*, suscitó un hito importante en el debate entre la intelectualidad ilustrada del país (no se asombre, sí existe) y este género televisivo, capítulo mediático del largo debate entre la Ilustración como proyecto civilizatorio y la teoría crítica como denuncia de las prácticas totalitarias que este proyecto entraña.

La revista *Comunicación* reseñó entonces, en la edición número 82, del segundo trimestre de 1993, las posiciones en conflicto. Pero diez años después, mucha agua ha corrido bajo los puentes y no pocos han sido los molinos que han girado en torno a los dilemas de la telenovela como modeladora de conductas (un acuerdo parcial entre funcionalistas y francfurtianos), del papel de los intelectuales frente a los medios de comunicación y frente a la sociedad contemporánea, de la responsabilidad política de los medios y del comportamiento de las audiencias televisivas

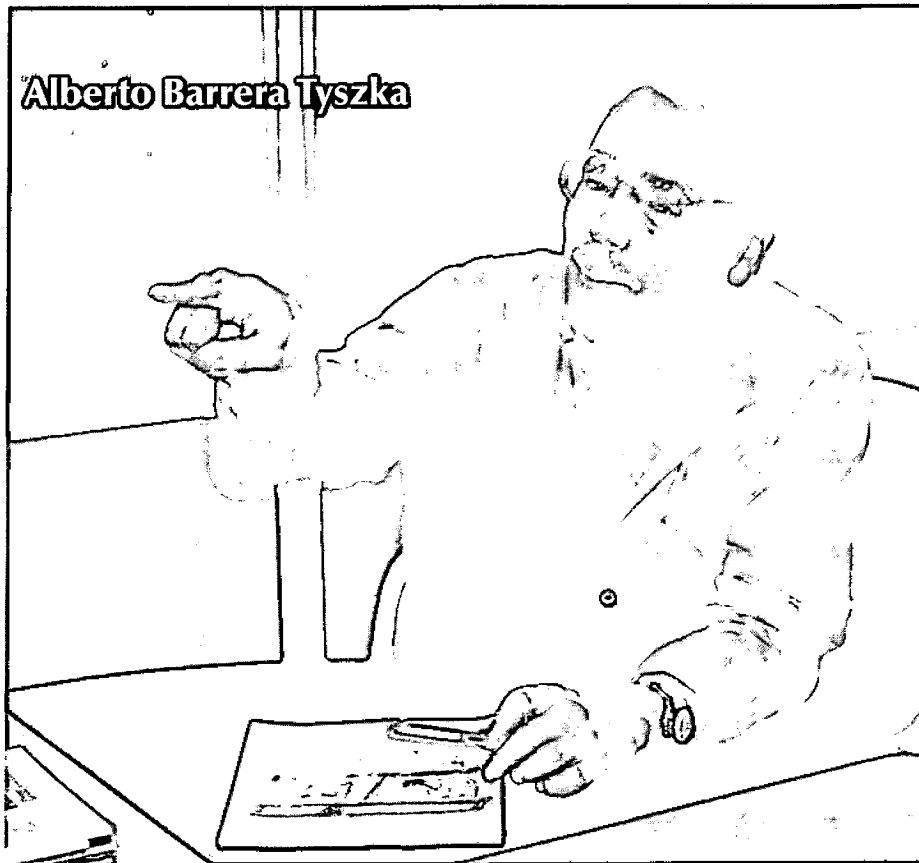
frente a los productos de la industria cultural audiovisual.

Diez años después, tanto los argumentos empleados en el debate, como la pertinencia misma del debate requieren revisión crítica; aportar algunos elementos para desarrollarla fue el espíritu de la mesa redonda que el equipo de la revista *Comunicación* programó para esta edición con Ibsen Martínez y Alberto Barreta Tyszka, en la que estuvieron presentes, Marcelino Bisbal, Jesús María Aguirre, Carlos Guzmán, Carlos Correa, Narsa Silva, Iván Alonso y quien esto escribe.

PARA NO SER INTELECTUAL A SUELDO

Ibsen retoma el recuerdo de su renuncia al equipo de libretistas de *Por estas calles*, la que describe como “pataleta teatral, donde a la figura terrible del intelectual público le surgió una ocasión pintiparada para quedar bien. A partir de este hecho se instauró en mí un malestar muy profundo, estuve re-nuente por años a discutir el tema, re-nu-

Alberto Barrera Tyszka



Televisión se pervierte^{pp}

te a los discursos. Yo había explorado hasta mi renuncia la posibilidad de la telenovela modeladora, filantrópica, impostura de la que fui partícipe.”

Retoma las razones que lo llevaron a ensayar este experimento de modus vivendi y a rechazarlo con el tiempo: “era el intelectual que quiere vivir de sus destrezas y no del aparato estatal, eso me acercó a la televisión, imbuido en la idea de que es mejor que lo escriba uno a que lo escriba Delia Fiallo. Hacíamos la llamada ‘Telenovela cultural’ de corte neorrealista. Si revisamos a la distancia el resultado, lo que hizo fue vivificar un género que ya estaba agotado: esa era la coartada de la gente de televisión. En realidad desarrollábamos un programa político no explícito: la encarnación de unos valores opuestos a la telenovela tradicional.” Alberto Barrera Tyszka enfoca la cuestión de la generación de valores (“patrimonio” de la clase media) en estos términos: nuestra clase media es pretenciosa a la hora de ver telenovelas, le reclama al país que no tenemos novelas como las brasileñas. Para mí, ha-

cerlas era una excusa para ganarse un dinero sin vivir del Estado.”

Ibsen plantea un par de precisiones sobre el género: “la premisa de que la telenovela es un instrumento digno de la UNICEF era mentira, y la telenovela cultural era una quimera: una telenovela disruptiva —concepto vagamente brechtiano— era mi intento por lidiar con el tema que desde más o menos 1976 se venía planteando: intelectuales y telenovelas.

Marcelino Bisbal introduce en el debate una consideración de orden estético: “con el tiempo —dice, pensando en Jesús Martín Barbero— uno descubre que las telenovelas pueden servir para hacer cosas, pero al mismo tiempo que hay exigencias que desde la ilustración se le hacen, exigencias que no puede cumplir y que es mejor que lo haga).

Ibsen retoma el eje crítico/ilustrado y su dilema para afirmar: “He aquí una industria que hace daño, que debería estar en manos de otra gente, y que al mismo tiempo tiene una estructura que desestimamos políticamente. En Venezuela quienes tie-

nen la señal producen el material, eso impone verticalidad. Yo llegué a sentir que era preciso ilustrar al productor, captarlo políticamente. ‘Antes gana el rating’ me decían. La consecuencia de este dilema es que me tuve que alejar de la élite ilustrada, que en su enajenación no entendía lo que intentaba hacer; yo sostenía que uno iba a poder reformar la industria, la verdad es que terminamos siendo reformistas; entré en rechazo al género y a la industria. El debate de la relación entre intelectuales-políticos-académicos, con la televisión, todavía se funda en un misticismo moral: el intelectual que se acerca a la televisión se pervierte.”

Alberto Barrera Tyszka completa: “el dilema no se ha podido superar, aunque en algún momento se podía pensar que podía haber cambio (¿o no?) con la telenovela cultural. Fue el caso de *Nada Personal*, telenovela que hicimos en México que giraba en torno al caso del asesinato de Luis Donaldo Colosio. Nos fue bien, no se sabe por qué. Hicimos una segunda versión donde ofrecíamos una visión del narcotráfico desde América Latina, el dueño de la emisora de televisión, ante el fracaso, dijo: ‘se van a la chingada, me vale madres’.

Las opciones son entonces, Shakespeare para todos o María la del barrio por 7ª vez. Yo coincidí con Jesús Martín Barbero en Argentina, él hace la reivindicación de la telenovela, cuando hace quince años éramos la desgracia. Que la televisión empiece a ser diferente, es posible, pero creer que uno como creador puede dominar la industria sí es una ingenuidad.”

DEL MODELADO DE CONDUCTAS Y LA POLÍTICA

Relatan, cada uno a su manera, cómo aún haciendo telenovela cultural, funcionaba el modelado de conductas cuando los espectadores seguían las historias. Ibsen cuenta que en *La Señora de Cárdenas* (historia de cómo se acabó una pareja y como uno de los miembros -ella- se rehace) “deliberadamente contrariábamos nuestro machismo orgánico. Algunas amigas feministas nos apoyaban. Se hizo famosa la expresión ‘yo no puedo hablar contigo porque yo te he perdido el respeto’ Un día, un juez de parroquia nos dijo que en su juzgado habían aumentado exponencialmente los casos de mujeres golpeadas por sus maridos, cuando ellas le reclamaban con la frase en cuestión. Era un

efecto paradójico, que lo que revela es que el tejido social tiene unos filtros: nuestros amigos nos elogiaban y en otro sector hacíamos destrozos.”

Alberto Barrera Tyszka completa la referencia con el caso de Rosalba, parálitica en *Nada Personal*, personaje inspirado en la hermana de un productor. “La asociación de impedidos de México nos pidió que no la pusiéramos a caminar.”

Pero el caso emblemático es el del hombre de la etiqueta, en *Por estas calles*. “Existe la idea lacaniana de que el discurso tiene eficacia material, pero no tiene dueño. La PTJ tenía un escuadrón de la muerte, pero el modus operandi lo copió de una nota de prensa de un periódico de São Paulo. A la gente le gustaba mucho. Mi problema era que se problematizara su salida. Pensé que el hombre de la etiqueta iba a tener que matar a un inocente, para subrayar la necesidad de fortalecer a las instituciones. Algún precio había que pagar. ‘No vayas a torcer la vaina’ pedían. Al canal llegaban historias de candidatos a ser ajusticiados.”

(A estas alturas de la conversación y aun ahora, pienso que más que la incompreensión de la industria, en realidad lo que venció al equipo de *Por estas calles*, fue la anomia nacional, ya por entonces grave, que hoy nos enfrenta en términos de exclusión, más allá de la coyuntura política. Ibsen no comparte el planteamiento y es lógico que así sea: tiene un punto que defender).

Mea culpa después de una década. Ibsen confiesa: “En *Por estas calles* yo debía haber juzgado con más prudencia los 40 años de democracia y los 180 años de autoritarismo. Un día, a eso de las 9:30 am. Radio Nacional anuncia que un aficionado de la radio le había dado un tiro a Antonio Ríos, un espontáneo, un copy cat, con un revolver brasileño. El tipo estaba tocado, desequilibrado, y se supo, después, hablaba de la Organización Bolivariana de Liberación; llegó en moto a la escena del crimen, la encadenó y cuando la estaba soltando para irse fue que lo agarraron... Don Lengua era Marcel (Granier) hablando, oratoria maximalista. La novela profesaba una ideología liquidadora del oficio del político, uno de los registros neoliberales.”

Carlos Guzmán pregunta si esta exigencia a la televisión de entonces generó cambios. Ibsen se centra en el uso político de la televisión. “Corpus neoliberal. ¿Quiénes son los oficiantes del estado? Los políticos. Acósalos, apriétalos, pues. Entonces el político no se anima. Que bue-

no que me lo preguntas dice, cuando hay una pregunta que le permite exponer un programa, y por 6 minutos al año es un diezmo altísimo no meterse con los medios, no es Chávez nada más. Basta con ser polémico, mediático, llevarse bien con Nitu.” Alberto agrega que estando en México, en algún momento de la discusión de *Nada Personal*, un ejecutivo de TV Azteca le dijo: “yo no voy a hacer *Por estas calles* porque yo no saboteo a mi país.”

El género, no obstante, pasa actualmente por un mal momento, opacado por los Reality Shows. Alberto Barrera Tyszka resume su éxito según la lógica del mercado. “Se hace una academia de artistas, por lo que no pagas casting. Se hace un solo foro que muestra las mismas miserias de la telenovela, la vida misma más una línea 900. Recuerdo unas palabras de Carlos Monsivais que lo ironizan: ‘todos seremos famosos, sin saberlo.’”

INTELLECTUALES EN PRIME TIME

Con tantas venturas y desventuras, es necesario retomar la pregunta por lo que puede hacer un intelectual en su relación con la televisión. Ibsen plantea que fue Uslar Pietri, un humanista burgués, el primero que le consiguió en Venezuela un uso a la televisión: el hablar de temas de sabio de plaza de pueblo. “Fue ella -sostiene- y no su pasantía en el gobierno de Medina lo que le hizo pensar al país que ese era el hombre que pensaba; la televisión le dio el lugar del pensador en el imaginario colectivo. Nuestra intelectualidad fue muy lenta y muy dogmática frente a la televisión. La izquierda en muchas ocasiones tuvo la oportunidad de actuar en los planes del estado. No supimos aprovechar el momento político. Es que cuando los intelectuales van a la televisión intentan desplegar su propia complejidad, planean desarrollar aulas televisivas, como hizo Adriano González León con *Contratema*. Pero la industria requiere la simplicidad y por otro lado entre la élite y el progresismo hay prejuicios.”

Marcelino Bisbal reformula la apreciación de quien hace la pregunta. “Desde el hombre ilustrado le exigimos a la televisión una complejidad que no puede ofrecer, pues no es un formato para hacer un gran desarrollo. Animal Planet no es televisión, por poner un ejemplo.” Ibsen retoma el hilo del dilema para afirmar: “en los años setenta, los intelectuales establecieron cierto tipo de relación con la televisión, nos estábamos haciendo muchas ex-

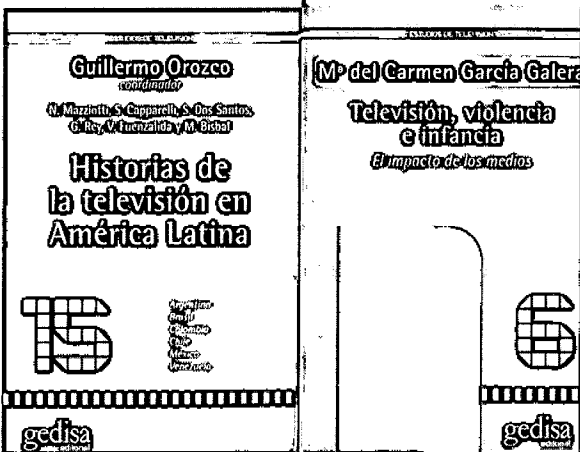
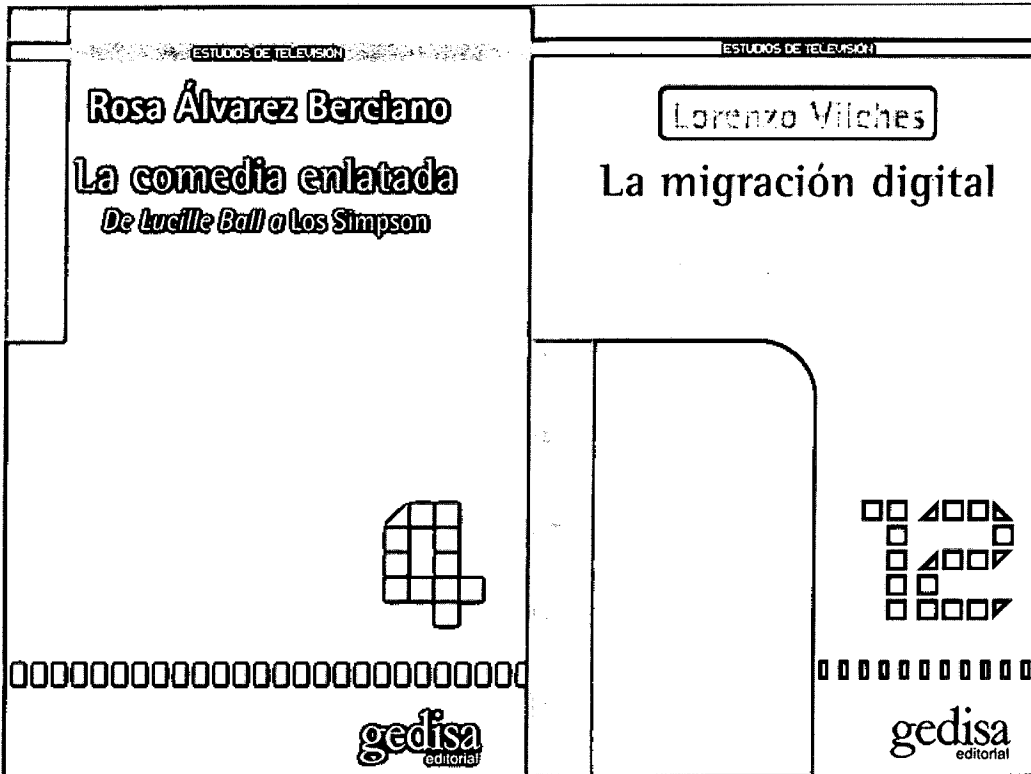
pectativas. Para Bill Muiers -personaje que plantea una solución personal a este dilema- la situación se plantea en estos términos: ‘las cosas que yo espero poder mostrar en televisión son complejas y la TV no se aviene con lo complejo.’ Por ello realizó para la televisión pública estadounidense 6 programas de 2 horas, entrevistando a Joseph Campbell hizo 8 transmisiones ventilando psicología profunda. Eso lleva a hacer consideraciones sobre la televisión pública. En el Siglo XXI hay que explorar más en algo que se sustraiga de rating.”

Alberto Barrera Tyszka lo vislumbra desde el mercadeo: “los reality shows, la publicidad de guerrilla en Estados Unidos enseñan que hay que sorprender al público fuera de la televisión: no te preocupes por el 80% del rating, preocúpate por la segmentación, hay que hacer un planing market diferente.”

Marcelino Bisbal agrega que en Venezuela, el Rating del ‘70 para acá, ubicaba a la telenovela 1er lugar y al noticiero en el 2º, pero desde el segundo mandato de Caldera para acá la relación es inversa. Y Carlos Guzmán pide una última precisión: ¿frente a la televisión privada, la televisión pública? A lo que Ibsen responde. “yo me fui como escritor para la literatura, lo que hizo Muiers y lo que ha estructurado encontró una fórmula en la que el cree, en cierto tipo de televisión pública no estatal, que se exponga al rating. *El modo aullador de los manglares* es mi saldo de cuenta.”

Todo parece indicar, entonces, que no habrá más telenovela cultural en Venezuela, o por lo menos, no será hecha por estos intelectuales.

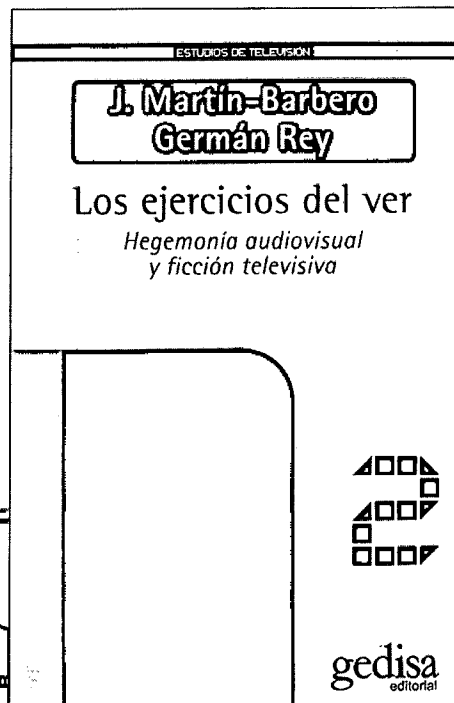
▣ **Carlos Delgado-Flores**
Comunicador Social con amplia experiencia en la fuente cultural



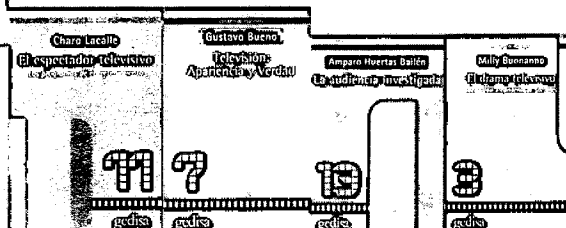
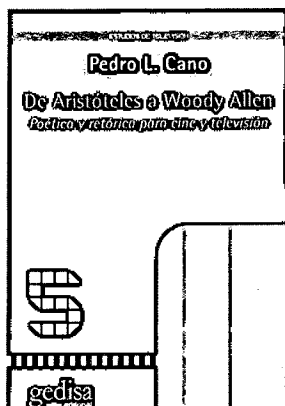
Estudios de Televisión

La única colección original en castellano
con el prestigio de **gedisa**
editorial

La TV analizada en todas sus modalidades técnicas «analógica, digital»
en todos sus tiempos «pasado, presente, futuro»
en todas sus implicaciones «económicas, estéticas, sociales, políticas»
Colección dirigida por Lorenzo Vilches



Distribuye EDISA
Calle San Luis, Qta. La Princesa
San Luis, El Cafetal.
1061 Caracas
58-212-9873459 edisa@telcel.net.ve

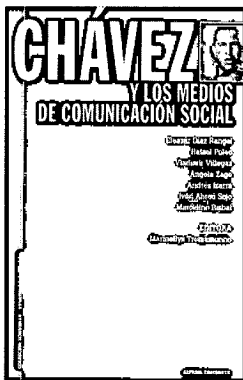


LIBROS**CHAVEZ Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Alfadil Ediciones, dentro de su colección *Hogueras-Venezuela Profunda*, nos ofrece en esta oportunidad una nueva edición que completa las dos anteriores: *Chávez, la Sociedad Civil y el Estamento Militar* y *Chávez y el Movimiento Sindical en Venezuela*. Ahora nos presenta *Chávez y los Medios de Comunicación Social*. Creo que se trata, y en esto estoy seguro de no equivocarme, de un intento serio y sereno, equilibrado y justo de procurar dar cuenta de los signos y sus fuentes, así como de los frentes que están caracterizando, para unos, la mayor crisis política que ha vivido el país en su vida republicana de los últimos tiempos, y para otros, la consolidación de un "proceso revolucionario" que dio al traste con cuarenta y pico de años de corrupción, desequilibrios y desprestigio del Estado y su conformación política por los privilegiados de siempre en desmedro de la inmensa mayoría empobrecida del país. El hecho es que esas dos posturas, no reconocidas por su carácter ideológico (¡esto es lo que ha faltado!), se han careado en términos fundamentalistas e inclusive fascistas. La confrontación ha llenado todos los rincones del país y de la vida social venezolana. ¡Extremos al fin y al cabo! ¿Llegaremos a algún lugar? Seguramente que sí, pero las interrogantes nos asaltan, una vez más, como fantasmagorías y perplejidades que no nos ayudan a salir de las posturas extremas o de las experiencias-límite.

Alguien decía, a propósito de los diálogos entre el Gobierno y la Guerrilla en Colombia, que requerimos los latinoamericanos "aprender a pensar en medio de la tormenta" y se formulaba dos preguntas que en este contexto nuestro es bueno apuntar: ¿Qué es lo que queda, qué hay de nuevo que ya existía y no veíamos? ¿Qué es lo nuevo para pensar y que está ahí como impensado? Quizás éstas sean las cuestiones que estos tres libros de *Alfadil Ediciones* procuren respondernos, quizás —no estoy seguro de si se logró— esas sean las interrogantes que el libro que en este momento estamos comentando intente responder en torno a los temas de los medios de comunicación; los periodistas; la ética de informar y del informador; las responsabilidades profesionales y políticas de los medios y sus periodistas-comunicadores; el deber-ser de la profesión; el papel de los medios en situaciones de conflicto; el comunicador y los medios antes las nuevas escenas del país; sobre la desinformación, el engaño y la falta de rigor; sobre el significado de lo público visto desde los medios y los periodistas; sobre el sentido y sentimiento que abriga la tan cacareada libertad de expresión como concepto y como realidad; acerca del rapto político de los medios de servicio público en manos del Gobierno, que no del Estado; sobre qué significa hoy medios de servicio público; sobre el concepto del comunicador-periodista y el *showman* profesional; incluso de los *talk show* y la información periodística; acerca de la publicidad-propaganda convertida en información queriendo pasar por verdad y realidad;... y hasta en alguna parte del libro se interroga sobre el cinis-

ELEAZAR DÍAZ RANGEL,
RAFAEL POLEO, VLADIMIR VILLEGAS,
ANGELA ZAGO, ANDRÉS IZARRA,
IVÁN ABREU SOJO Y MARCELINO BISBAL.
EDITORA: MARINELLEYS TREMAMUNNO
EDITORIAL ALFADIL EDICIONES
CARACAS, 2002



mo, las pasiones y las ironías que están envolviendo las situaciones construidas y reconstruidas por los medios y los periodistas...

Demasiada ambición la de este libro: *Chávez y los Medios de Comunicación Social*. Pero el momento lo está exigiendo y hay que

asumir el riesgo. Creo que el texto y sus autores lo asumen, de repente no del todo bien logrado, pero ¿qué hecho humano no tiene desequilibrios y vacíos, aciertos y desaciertos...?. Con esto quiero decir que ante la *massmediación* que sufren las sociedades de ahora requerimos, cada vez con más esfuerzo, pero también con mucho equilibrio y desapasionamiento, dialogar entre nosotros y nuestras posturas en bien de la sociedad a la que los medios y sus profesionales dicen servir.

Es tiempo de terminar, aunque el tiempo y el momento de los conflictos no ha terminado. Preguntarse ahora por quién inicio todo este barullo, desazones e incomprendiones y hasta desencantos como que no tiene mucho sentido. No sigamos por ese camino porque no nos conduce a ningún destino, al menos en estos momentos. Tengamos presente, esto sí, medios y periodistas, estos datos que nos ofrece la realidad. Las más variadas investigaciones sobre las audiencias y su matriz de opinión nos están indicando que la población hoy día tiene una visión de la realidad a través de los distintos *Medios*, en donde el 72% afirma que se entera a través de la TV, el 36% por intermedio de la prensa y el 30% usando la radio. Y si observamos las evidencias acerca de qué *Medios* se prefieren para qué tipo de hecho veremos que la TV es usada, como canal de información, para hechos coyunturales en desarrollo y la prensa es empleada para la profundización al detalle y de revelaciones de informaciones permanentes y los propios perceptores consideran que la TV ofrece mejor información sobre noticias coyunturales. Y en el caso de la TV, que es el medio que ocupa el mayor espacio de nuestro tiempo libre, los contenidos periodísticos hace ya un buen rato pasaron a ocupar el primer lugar de los hábitos de consumo programático del medio con un 68% para los noticieros y 20% para los programas de opinión, es decir un 88% para el género de informa-

ción-opinión, y las telenovelas -programación que siempre se llevó el primer lugar de preferencia- con un 43% de consumo durante todos los días. Y después de lo que pasó el 11 de abril y los días subsiguientes, la gente todavía sigue creyendo en los medios: si bien es cierto que estos descendieron en su nivel de credibilidad dando paso a instituciones como la Iglesia, o la Fuerza Armada Nacional, e inclusive a la Sociedad Civil en la calle, los medios de comunicación bajaron cuatro puntos porcentuales y llegaron a 58% de confianza; pero en relación a los comunicadores profesionales estos alcanzaron 80% de solidaridad por su trabajo y apenas 12% de reproche por su actuación.

Esos datos nos están hablando de la tremenda responsabilidad que hoy día tienen los medios de comunicación y sus profesionales ante la realidad de los hechos y la construcción-presentación de esa realidad. Nuestra visión de las cosas, de las que tenemos próximas y de las que están lejos, nos viene dada por la *massmediación* que imponen los medios y la *mediación subjetiva* que le imprime el profesional.

El momento actual está imponiéndole a los medios en general y a los periodistas en particular exigencias como nunca antes. Entonces, si los periodistas y los medios deben descubrir la veracidad de los acontecimientos y se deben al "propósito democrático de informar", también deben ser transparentes y autocríticos. No podemos ser ciegos ante los abusos del poder, pero no debemos serlo tampoco ante ciertos medios que ocultaron y coultan verdades, que objetaron y objetan rutinas y que fueren y son efectistas con sus imágenes. Desde la voz del joven periodista Andrés Izarra y otros que no han hablado públicamente, siento que los MCS no son siempre la voz democrática que dicen defender. ¿Es tolerable el silencio del mundo periodístico ante esos casos? ¿Es posible tanta intolerancia comprensible ante el gobierno y tanta tolerancia por la conducta mediática injustificable? Se requiere consecuencia y menos apasionamiento en la tarea de informar... porque sino todo se derrumba. Si este libro: *Chávez y los Medios de Comunicación Social* contribuye a ello creo que sus editores se sentirán por complacidos. A mí me bastaría que nosotros los periodistas asumiéramos de verdad nuestro sentido de ser, nuestra identidad y que dejáramos de lado el papel de actores políticos que hemos asumido en todo este tiempo... ¿Por qué? Simplemente porque no podemos arrogarnos una función que no nos corresponde, porque no podemos arrogarnos voz más alta que los demás. Y ya que hablamos de imposturas ninguna persona o grupo, o tratado, o pacto político, o proceso, tiene el derecho de presentarse como mentor o guía de los demás. La labor de informar y de la informadores deben instituirse o ser una *entidad moral*.

Marcelino Bisbal

Crear en el presente sin que ningún susurro se escape en la expresión

LOS DESAFÍOS DE LA ESCRITURA MULTIMEDIA

Resulta difícil comprender cómo una sublevarción de los sentidos y de la propia percepción termina convirtiéndose en una específica manifestación del arte. ¿Por qué una concreta sustancia, llámese inspiración, genio o musa, desemboca en una representación pictórica, y no, por ejemplo, en una novela, unos versos o una pieza musical? En todo caso, ¿podrá una misma sensación propiciar diversas formas de arte? Doménico Chiappe, autor de la novela multimedia *Tierra de Extracción*, asegura en uno de los preludios de este libro *Los Desafíos de la Escritura Multimedia*, que la misma inspiración que lo condujo a la narración, también lo llevó a la composición de piezas musicales, sintiéndose en la necesidad de buscar un formato que agrupara a estas dos manifestaciones, en conjunto con otras que fueron surgiendo en el proceso creativo. Comenta Chiappe que "*Tierra de Extracción* era (es) una novela que pudo ser impresa y vendida como libro en 1996, pero su contenido, aquello que contaba su narración, estaba (está) en otras formas de expresión, por lo que el sentido de la obra traspasaba las palabras y su tradicional orden literario".

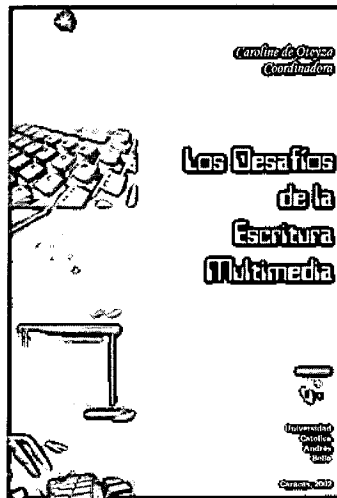
La elaboración de *Tierra de Extracción* en multimedia permitió a Doménico Chiappe que ningún susurro se escapara en la expresión artística, pues esta novela multimedia no sólo incluye la narración y las piezas musicales; sino que además, ofrece documentos visuales como fotografías y gráficos, que tejen el complejo de informaciones propias del hipertexto característico del formato multimedia. A juicio de Caroline de Oteya, coordinadora de este libro donde ha participado un grupo multidisciplinario de especialistas conformado por Oscar Lucien, Fernando Núñez Noda, Alfonso Orantes, Blanca Elena Pantín, Roberto Hernández Montoya, Héctor Álvarez, Tomás Osers, Milagros González y Larissa Hernández, la obra editada en CD-ROM de Chiappe constituye la primera iniciativa de esta naturaleza en el país.

Precisamente *Tierra de Extracción* fue el objeto central del seminario "Los Desafíos de la Escritura Multimedia", organizado por el Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB), y cuyas conclusiones se presentan en el libro homónimo al que ahora hacemos referencia.

Para Oteya son cuatro los escenarios desde los cuales se debe reflexionar en torno al multimedia, replanteándose las formas de pensar, escribir, leer, comunicar y publicar. Refiriéndose a las nuevas formas del pensamiento multimedia, Oteya recuerda las afirmaciones de Massimo Desiato en cuanto a que la gramática audiovisual es diferente a la textual; puesto que en la primera, los contenidos se entregan al receptor de manera inmediata; en cambio que los textos escritos requieren tiempo para leerlos, procesarlos, digerirlos y asimilarlos.

CAROLINE DE OTEYA (COORDINADORA)
COLABORADORES: DOMÉNICO CHIAPPE, OSCAR LUCIEN, FERNANDO NÚÑEZ NODA, ALFONSO ORANTES, BLANCA ELENA PANTÍN, ROBERTO HERNÁNDEZ MONTAYA, HÉCTOR ÁLVAREZ, TOMÁS OSERS, MILAGROS GONZÁLEZ Y LARISSA HERNÁNDEZ

PUBLICACIONES UCAB, CARACAS, 2002



La escritura es otro de los aspectos que se han visto modificados. Como explica Núñez Noda, la extensión de lo escrito tiende hacia una economía del lenguaje en pos de una escritura para una nueva interfaz, dejando, como en la pirámide invertida del periodismo, sólo lo más importante, ya que, además de que el lector contemporáneo tiene prisa y el tiempo cuesta dinero en Internet, el

texto debe armonizar, e incluso competir, con sonidos, imágenes, y animaciones.

Aporta Oteya un dato relevante en cuanto a la comunicación y la publicación, a pesar de que en los últimos tiempos ha aumentado la producción de textos y la accesibilidad, "paralelamente se ha producido una disminución del hábito de lectura del libro". Ante estas apreciaciones, en vez de las lamentaciones apocalípticas, conviene percatarse del surgimiento de nuevos formatos (léase cine, radio, televisión, multimedia y el mismo Internet), que hacen competencia con el texto escrito en la atención de los receptores. Concluye Oteya que "las nuevas tecnologías ya se presentan como alternativas más viables que la imprenta tradicional para ciertos tipos de libros, particularmente los de actualización frecuente (...)".

A lo largo de sus 160 páginas *Los Desafíos de la Escritura Multimedia* está dividido en cuatro partes desde las cuales se aborda el fenómeno multimedia: Lectura y escritura, Hipertexto y libros-e, Interfaz e itinerarios de lectura y finalmente Experiencias de escritura multimedia. En referencia a la primera, es interesante la acotación que hace Lucien de que las discusiones apocalípticas que ha levantado el surgimiento del multimedia guardan cierto parecido con otros momentos históricos en los que otros medios y formatos aparecieron: "(...) a mediados del siglo XIX con el nacimiento de la fotografía frente a la creación pictórica. Ocurrió, también, en las postrimerías del

mismo siglo, con la invención del cinematógrafo. Y quizás más visible aún, si echamos una breve mirada a la historia del libro o, más precisamente, a la historia de la lectura. Lo que hoy nos parece tan natural: la intimidad de un lector hundido en una butaca, es un fenómeno reciente, producto de un largo desarrollo, sociológico y cultural, del hábito de leer".

Alfonso Orantes nos introduce en su capítulo a dos importantes temas. En principio se pronuncia en torno a la apropiación de las tecnologías adecuadas en nuestra condición de países subdesarrollados. Ante lo costoso que significa la actualización constante, sugiere el aprovechamiento de las herramientas que correspondan con los niveles apropiados para satisfacer nuestras necesidades. Por otra parte, nos muestra toda una reflexión en torno al libro-e, que puede resumirse en el concepto que el propio autor ofrece. "Los Libros-E son textos perfectibles, generados en espacios virtuales y constituidos por conjuntos de archivos digitales, desplegados mediante diferentes tipos de secuencias con diferente grado de dinamismo y con apoyos complementarios en constante evolución, lo que permite expresiones cada vez más realistas (...)". En la misma línea de la lectura y el libro en tiempos de medios simultáneos en una misma plataforma, Blanca Elena Pantín nos ilustra acerca de iniciativas que han propuesto hojas de papel y plástico donde pudiera alojarse tanto digital, en otras palabras, un formato electrónico, que aunque parecido al libro tradicional, encerrara dentro de sí la dinámica propia de la información almacenada en archivos.

Interactividad, hipertexto también son discutidos en este libro. Héctor Álvarez, tomando como punto de partida *Tierra de Extracción*, se pregunta "¿Veamos más interactividad? ¿podría el usuario también escribir? Si es así ¿Hasta dónde y para qué? ¿Podría él crear imágenes y manipular los sonidos? De nuevo ¿por qué y para qué?". En cuanto al hipertexto, Hernández Montoya también se interroga "¿Por qué entonces nos sorprende ahora Internet con el hipertexto (...)?" "El concepto de hipertexto es una redundancia. Basta decir texto para decirlo todo: del término latino *textum* viene tejido, es decir, tramado, malla, palabras que sirven para describir cualquier discurso (...)". Interesantes son también las reflexiones puntuales que sobre la interfaz nos ofrece Tomás Osers, o las experiencias relatadas por Milagros González sobre su diseño de un juego multimedia para la colección de arte egipcio del Museo de Bellas Artes. Finalmente las conclusiones que a manera de cierre nos refiere Larissa Hernández pueden servir para hacer un eficaz compendio. Es el multimedia una discusión reciente que evidentemente no se puede agotar ni profundizar suficientemente en unas hojas, sin embargo, *Los Desafíos de la Escritura Multimedia* puede presentarse como un texto abreboza idóneo para seguir sugiriendo próximas y más reflexiones.

LA NUEVA ERA DE LA TELEVISIÓN

VARIOS AUTORES

EDICIONES ACADEMIA DE LAS CIENCIAS Y DE LAS ARTES DE TV.
(ATV), MADRID, 2001.

Cincuenta y tres profesionales y profesores de universidad se dan cita en *La Nueva Era de la Televisión* para reflexionar sobre el futuro de esta industria en España. Es el resultado del esfuerzo realizado por Corporación Multimedia, la Academia de las Ciencias y de las Artes y Carat España. Desde una perspectiva histórica que parte de la privatización del medio en 1990, los diferentes autores analizan los cambios actuales y anticipan la evolución de las distintas áreas relacionadas.

El libro está estructurado en seis capítulos: contexto normativo e institucional, producción, operadores, contenidos, públicos y futuro. En cada parte hay una breve introducción donde se recogen las cuestiones fundamentales de cada área y se presenta un gráfico con datos del mercado estadounidense que ayuda a comparar la situación española con la del país americano. Al final del libro, se añaden las respuestas de una encuesta dirigida a los profesionales donde se les pedía un pronóstico del desarrollo del sector en el 2010. El tiempo dedicado al consumo, la cuota de pantalla, la penetración y acceso a la televisión de pago, la financiación de la televisión en abierto y los géneros y formatos televisivos son las cuestiones abordadas. Como colofón se incluyen entrevistas a veinticinco profesionales, donde se les pregunta por su parecer sobre la evolución de la televisión, la función de la televisión pública, los efectos de la televisión de pago, los programas de máxima audiencia, la información y los medios informativos en el futuro, y el perfil de los espectadores en el nuevo contexto televisivo.

En la "Introducción", además de Eduardo García Mantilla, de Corporación Multimedia, Miguel Ángel Rodríguez, presidente de Carat, reflexiona sobre la influencia de la televisión en la vida de los ciudadanos y la dificultad de predecir tendencias debido a la fragilidad del medio. Jesús Hermida, fundador de la Academia de Televisión, señala los rasgos fundamentales del cambio en televisión. Al entender la televisión como negocio, la cuenta de resultados se ha convertido en el único motivo de las decisiones, por encima de fines creativos, comunicativos o sociales.

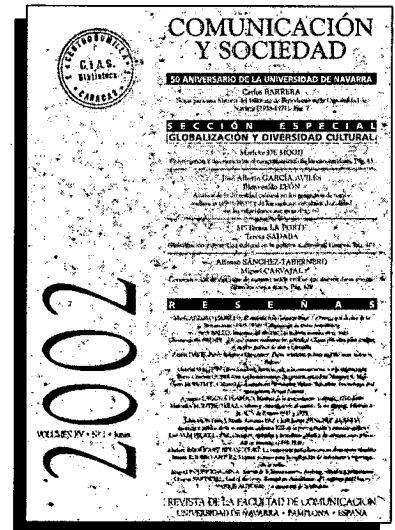
En el capítulo "Contexto normativo e institucional", varios profesionales analizan el sistema actual y realizan algunas propuestas. Ángel García Castillejo, de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, por ejemplo, señala la ausencia de un organismo regulador independiente y el retraso en la ordenación de la televisión local y de la asignación de licencias. Apunta también tres líneas de acción: centrar la legislación en los servicios ofertados a los usuarios, más que en cuestiones tecnológicas; regular los contenidos a través de una autoridad independiente, y unificar la normativa en una "Ley General del Audiovisual". Hugo Eciya y Marta Viveira, de Eciya y Asociados, añaden la necesidad de preservar la libre competencia del sector y la protección jurídica de las empresas y de los sujetos.

Alejandro Pardo, profesor de la Universidad de Navarra, analiza el sector de la "Producción" y apunta la importancia que las productoras han cobrado en los últimos años por razones de eficacia creativa y rentabilidad financiera. A finales de los años noventa la producción televisiva ha alcanzado su madurez debido a la proliferación de las compañías, el crecimiento de la competitividad y el dinamismo de la producción local. Asimismo considera que la titularidad de los derechos audiovisuales será la clave de los negocios audiovisuales. Por otra parte, Carmine Crusafon, de Media Park, reflexiona sobre la influencia de la digitalización en una oferta completa de ocio para los espectadores.

El contenido del capítulo "Operadores" corre a cargo de profesionales de marketing tanto de las televisiones en abierto como de las de pago. Yolanda Marugan, de Tele 5, señala que el mercado de la demanda televisiva se ha transformado en el "mercado de la oferta" gracias a la televisión de pago. Entre otras ventajas, menciona el comportamiento más activo de los espectadores (p. 64). Matilde García Oliva, de Antena 3, describe la televisión de pago como "diversa". Considera que es un servicio organizador, que configura hábitos y rutinas, desde lo más cercano al consumidor. Por lo tanto, mantiene una oferta innovadora y diversa (p. 71). José Ramón Rubio, de TVE, anticipa la evolución del marketing televisivo: en lugar de hacer recuento de individuos o de consumo, en el futuro se hará recuento de "conductas mediáticas" (p. 75). Finalmente, Carlos Navia, de ONO, señala la dificultad actual de los operadores de cable para comercializar este producto, sobre todo porque los espectadores piensan que la oferta de televisión gratuita es suficiente.

REVISTAS

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD
REVISTA DE LA FACULTAD
DE COMUNICACIÓN
VOLUMEN XV, Nº 1, JUNIO 2002
UNIVERSIDAD DE NAVARRA
PAMPLONA, ESPAÑA



En esta ocasión la revista *Comunicación y Sociedad* de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra hace especial énfasis en dos aspectos; en primer lugar, el 50 aniversario de la fundación de la mencionada casa de estudios; y seguidamente, una sección especial dedicada al tema de la globalización y diversidad cultural. En cuanto al primer punto, el docente Carlos Barrera realiza un pormenorizado recuento de todos los caminos recorridos desde la creación del Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra en 1958, hasta la definitiva instauración oficial de la Facultad de Comunicación en 1971, y la importancia de esta institución en el desarrollo de la enseñanza periodística en España.

El segundo punto es desarrollado por los autores Marieke De Mooij con el trabajo "Convergencia y divergencia en el comportamiento de los consumidores"; José Alberto García Avilés y Bienvenido León con "Análisis de la diversidad cultural en los programas de mayor audiencia (1995-2000) y de los espacios culturales de calidad en las televisiones europeas"; María Teresa La Porte y Teresa Sádaba con "Globalización y diversidad cultural en la política audiovisual europea"; y finalmente Alfonso Sánchez Tabernero y Miguel Carvajal con el trabajo "Concentración de empresas de comunicación en Europa: nuevos datos contradicen los viejos mitos". Asimismo podrá encontrar el lector en esta edición una nutrida sección de reseñas.



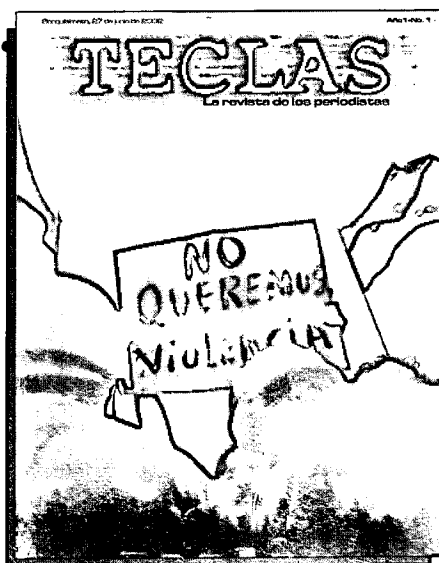


Los sucesos del pasado mes de abril abrieron un número importante de espacios para la discusión acerca del rumbo del ejercicio del periodismo en nuestro país. Uno de los primeros lugares de encuentro para el análisis fue la Universidad Fermín Toro (UFT) de Barquisimeto, donde Marcelino Bisbal, Tulio Hernández, Pablo Antillano y Andrés Izarra, participaron en el foro *¿Periodistas en el banquillo?*, que brindó interesantes reflexiones, y fue incluso transmitido por el canal del Estado, Venezolana de Televisión. Este primer número de la Revista Teclas tiene mucho que ver con el referido evento, pues como relatan en el editorial Verónica Pérez Travieso, Luis Gómez Carrera y Glexsy Ynsú Dugarte, coordinadores generales de la publicación, tanto la iniciativa del foro como la creación de la revista, surgieron conjuntamente como una forma de responder a la necesidad de análisis y debate académico e institucional.

En este primer número podrá encontrar el lector las opiniones ofrecidas por los mencionados ponentes del foro, así como otras reflexiones emitidas por importantes comunicadores sociales nacionales y de la región, a propósito de la celebración del Día Nacional del Periodista el pasado 27 de junio.

En esta edición de la *Revista Mexicana de Comunicación*, dentro de los variados temas que contiene, se nos muestra con especial profundidad cuatro trabajos: “La ficción del Big Brother” de Maricela Portillo y Cossette Castro, “Literatura y censura” de Ana Leticia Gaspar, “Periodismo en línea” de Francis Pisan, y “La nota roja en los noventa” de José Luis Arriaga. En el primero de ellos las autoras nos introducen a un análisis sobre los polémicos reality shows, en particular el mencionado Big Brother, que han invadido la programación televisiva de un importante número de países. Un significativo aporte de este texto es la clasificación de las críticas surgidas a propósito de estos espacios, pasando desde los comentarios moralistas hasta las apreciaciones intelectuales, para sugerir finalmente una lectura de estos nuevos formatos crítica y sin prejuicios.

En cuanto al segundo trabajo, se muestra una reflexión acerca de cómo la censura a obras literarias basada en presuntos aspectos morales, encierra en el fondo un desdén por todo lo que la literatura representa, léase reflexión, pensamiento crítico e imaginación. El tercer trabajo muestra una interesante reflexión sobre el periodismo digital y las nuevas configuraciones en cuanto al acceso a la información y fuentes que han forjado las nuevas tecnologías. Finalmente, el cuarto trabajo de los mencionados aborda el periodismo de su-



TECLAS
LA REVISTA DE LOS PERIODISTAS
AÑO 1, NÚMERO 1, JUNIO 2002
UNIVERSIDAD FERMÍN TORO
BARQUISIMETO, VENEZUELA



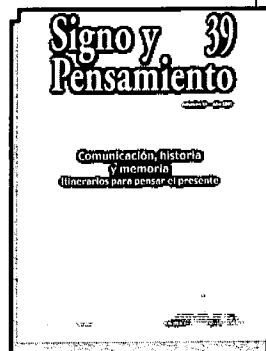
REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN
AÑO 14, NÚMERO 75, MAYO-JUNIO 2002
FUNDACIÓN MANUEL BUENDÍA
MÉXICO D.F., MÉXICO

cesos o las notas rojas, haciendo especial énfasis en las similitudes y paralelismo que sobre este género se ha querido hacer en referencia a los casos de México y Colombia.

SIGNO Y PENSAMIENTO
NÚMERO 39, VOLUMEN XX, 2001
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Y LENGUAJE
PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
BOGOTÁ, COLOMBIA

Con el título “Comunicación, historia y memoria. Itinerarios para pensar el presente”, la revista *Signo y Pensamiento* hace un recorrido desde diferentes autores y puntos de vista por lo que ha sido el desarrollo de una joven disciplina como lo es la historia de la comunicación. Como lo advierten en el editorial Luisa Fernanda Acosta, Nelson Castellanos y María Isabel Zapata, este número “está dedicado a plantear algunas preguntas por la historia de estos procesos, la forma como desde algunas regiones del mundo se ha venido trabajando en esta disciplina que comienza a producir investigaciones en medio de crisis económicas, ajustes y desajustes en el Estado, y por los debates alrededor de lo que la globalización hace con sociedades que muestran una mixtura de premodernidad, modernidad y posmodernidad”.

En este número podrá consultar el lector trabajos como “Historia de la comunicación como oficio. Apuntes sobre teoría y método” de Bernardino Herrera, donde el autor propone diferentes campos específicos como objetos de estudio en historia de la comunicación, de tal manera que pueda esta disciplina convertirse en un instrumento de análisis del cambio y no-cambio histórico. Asimismo reflexiona Herrera acerca de la crisis de paradigma en esta área. Otro de los trabajos que presenta esta edición es “Los ‘padrecitos’ fundadores de la prensa comunista en Colombia”, donde Maryluz Vallejo Mejía analiza tres figuras que alternaron la militancia política y la prensa en publicaciones como *Tierra*, *El Bolchevique* y *Diario Popular*. Asimismo podrá disfrutar el lector en esta edición de una completa sección dedicada a la memoria en los medios y diversos estudios y ensayos donde se abordan temas como la radio y la formación de la cultura de masas en Colombia; las relaciones entre editores y lectores, historia del reportero gráfico en Colombia, la comunicación en España 25 años después de Franco, entre otros interesantes trabajos.



Jesús Sanoja Hernández

Apasionado de la historia,
el periodismo y la política



Este gran personaje venezolano, oriundo de Tumeremo, es reconocido ampliamente por su larga trayectoria como periodista, poeta, ensayista, y docente universitario. Licenciado en Letras por la Universidad Central de Venezuela (UCV) en 1962, ha sido siempre un incansable observador, crítico y analista de la historia, el periodismo y la política -sus tres grandes pasiones- ha sabido combinar la escritura, investigación, docencia y militancia política a lo largo de su vida. Colaborador, columnista y redactor de numerosos periódicos y revistas dentro y fuera de nuestras fronteras, ha plasmado a través de su brillante pluma realidades, avatares, encuentros y desencuentros de nuestro quehacer y devenir histórico, político, económico y cultural.

Poeta y ensayista, fue reconocido por su creación poética "La Mágica Enfermedad" (1966) con el premio de la Bienal de Valencia; obra de magnífico lenguaje y belleza. Ha escrito innumerables prólogos de publicaciones vinculadas a la historia, la comunicación, la política y la literatura. Su pasión, conocimiento y agudeza literaria y periodística, lo han llevado a ser jurado de premios de crítica literaria y de premios nacionales de periodismo.

Fiel a sus ideas y principios fue miembro durante muchos años del Partido Comunista y vivió la experiencia de la cárcel -en cuatro ocasiones- y también el exilio.

Jesús Sanoja Hernández ha cabalgado entre la docencia, el periodismo y la política. Afirma que estas tres pasiones siempre han interactuado en su vida. Ejerció la docencia a lo largo de 27 años en la UCV, al principio en la Escuela de Letras, y luego en la de Comunicación Social, como docente de las cátedras: Técnica literaria del drama; Corrientes literarias, Literatura

■ Narsa Silva

venezolana, Literatura contemporánea, Técnicas de investigación documental e impartió seminarios sobre partidos políticos. "El periodismo, la docencia y la política siempre han estado presentes e interrelacionadas. Yo impartía el seminario partidos políticos y al mismo tiempo estaba muy metido con el caudal de información periodística que yo había acumulado, y militaba en el Partido Comunista".

En este recorrido, Jesús Sanoja Hernández, con su característica pasión por la historia, escudriña en sus recuerdos las anécdotas vividas en el mundo del periodismo, la docencia y la política para ilustrar pasajes de su vida y trayectoria.

PERIODISMO, PRISIÓN Y EXILIO

Sanoja Hernández se vino de su pueblo natal a Caracas en 1943, en un largo viaje que duró ocho días. Cuando llegó a Caracas inició sus estudios de bachillerato en el liceo Aplicación, luego pasó al liceo Alcázar para concluirlos finalmente en el Fermín Toro. En 1946 publica su primer artículo en *Válvula*, un periódico fundado por Luis Aníbal Gómez, y así inicia una larga trayectoria dentro del mundo del periodismo. Sin duda, forma parte de una generación de periodistas venezolanos involucrados y comprometidos con el país. Trabajador y escritor incansable, en la actualidad forma parte del cuerpo de columnistas de *El Nacional*, donde cada semana ofrece a sus lectores su visión, crítica y analítica sobre la actualidad venezolana. Pero ¿qué caminos ha recorrido a lo largo de más de 50 años en el mundo periodis-

tico?. Enlazando la historia, la política y el ejercicio periodístico, da cuenta de su pasado y presente en el mundo de los medios impresos.

Comienza por una paradoja, "no obstante ser un apasionado del periodismo, no soy un periodista profesional y a pesar de eso he tenido vínculos profundos por el ejercicio continuo, como columnista fundamentalmente". Quería estudiar economía, de hecho se inscribió en cuatro oportunidades para cursar sus estudios en la UCV, "pero cuatro veces estuve preso y no pude continuar mis estudios como quería".

Su pasión por el periodismo estaba estrechamente vinculada a su ideología y compromiso político. "Para la fecha la lucha política y el tema ideológico era el norte de muchos hombres y mujeres venezolanos. Así que me inicié en el periodismo como parte de este compromiso e ideología".

En 1947 inicia su trabajo periodístico en *El Nacional*. "Mi primer artículo en *El Nacional* fue sobre crítica de arte, ahí permanecí realizando colaboraciones dispersas en la etapa que lo dirigía Juan Liscano en las áreas de literatura, política y poesía. Paralelamente en 1948 realizaba trabajos periodísticos en *Tribuna Popular* que era el órgano del Partido Comunista, del cual fue miembro fundador. "Tenía una columna interdiaria y los domingos la columna llamada Espejo Semanal, hasta el 13 de abril de 1950, que fue la fecha tope para *Tribuna Popular*, el cual había sido clausurado ocasionalmente por tres días, por quince días, pero que en esta ocasión y en perspectiva de la huelga petrolera del 50 fue cerrado hasta que nuevamente funcionó una vez derrocada la dictadura y reapareció en Febrero del 58".



Precisamente en el año 1948 Sanoja fue hecho preso por primera vez, sin embargo, desde la cárcel escribía su sección de los domingos, y los manuscritos se lo llevaban y lo transcribían “así que preso yo no deje de publicar mi columna”.

Después de salir de prisión trabajó en *Tribuna Popular* de manera más regular desde 1950, dirigido en esa fecha por Gustavo Machado y cuyo jefe de redacción era Pompeyo Márquez. En medio de estos vaivenes de cierres y reaperturas de *Tribuna Popular*, siempre fue su fiel colaborador, junto a otros compañeros del Partido Comunista. Comenta que cuando volvió *Tribuna Popular* se convirtió en columnista asiduo hasta que nuevamente lo clausuraron el 9 de mayo del 1962. “No volvió a aparecer sino cuando llegó Caldera al poder y luego que se legalizó el Partido Comunista. Sin embargo, en el período final de Leoni por ser año electoral salió como *Voz Popular* y *Nueva Voz Popular*”.

Recuerda que en la UCV fundaron un periódico estudiantil llamado *Gaceta estudiantil*. “Su director fue Luis Aníbal Gómez y yo fui el jefe de redacción. *Gaceta* cumplió un papel importante, pues una vez clausurado *Tribuna Popular* sirvió como vocero no sólo de los problemas estudiantiles, sino de la realidad política y daba cuenta de la censura que se vivía en esos tiempos. El material había que llevarlo a la gobernación para que revisaran los textos y determinarían qué se publicaba y

qué no. Cuando censuraban dejábamos espacios en blanco para que la gente supiera que había censura”.

En 1949 se inscribe en el Partido Comunista de Venezuela (PCV). A finales de ese mismo año, junto a los hermanos Sures Figarella y Miguel García funda la revista *Cantaclaro*. Tres años más tarde cae por segunda vez en prisión y lo expulsan a México, donde permaneció cuatro años en un exilio productivo, pues no dejó nunca de escribir. “En México ya estaba Gustavo Machado que se había encargado de un periódico que se llamaba *Noticias de Venezuela*, y al llegar me pidieron unas declaraciones y empecé a colaborar ahí. Escribí muchas notas económicas, sobre la Creole, el desempleo, sobre el presupuesto de Pérez Jiménez, y otros temas”.

Recuerda a los compañeros en el exilio y define esa época de su vida como extraordinaria. Había una comunidad de venezolanos integrada, que compartía, “realmente uno añora esa época”. Cuenta que llegó a México el 27 de abril de 1952, y comenta con tono jocoso la anécdota de su documentación. “Yo tenía 22 años y no tenía pasaporte. En Maiquetía me dieron el pasaje. El avión en el que viajé —que era un lechero— pasaba por Maracaibo, Barranquilla, Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, la frontera de México y luego México. Cuando aterrizamos en Barranquilla me entregaron el pasaporte que lo había hecho Seguridad Nacional y vine a sacar la cédula en el 58”.

En el exilio quiso estudiar la carrera de economía. “Hablé con José Ignacio Mayobre que estaba trabajando para CEPAL en México, y pude ingresar sin problemas a estudiar economía”. Estuvo cuatro años en México, en los cuales siguió escribiendo. “Sacamos *Noticias de Venezuela* que mandábamos vía aérea a París para su redistribución en Europa y América Latina. En México se distribuían entre amigos. La solidaridad fue muy grande entre escritores, periodistas, siempre fue muy acogedor”.

Escribió también para una revista que editaba PEMEX artículos sobre los diferentes exilados, sobre sus países. “Era un exilio extraordinario, recuerdo que en México se celebró en el 53 la décima asamblea de la SIP y el representante de Venezuela fue Monseñor Pellín, quien se había portado bien con *Tribuna Popular* en su primera época, porque había escasez de papel y él lo suministraba. En esa asamblea se hizo un documento sobre los periodistas desterrados de Venezuela, de Perú, Nicaragua, y República Dominicana”.

Dos años más tarde, específicamente el 10 de diciembre de 1955, comenta cómo inducido por el Partido Comunista, él junto a Alfredo Rodríguez por el partido Acción Democrática redactó una carta a la Comisión de Derechos Humanos de la ONU que cumplía 7 años, que hablaba sobre la situación de los estudiantes, la libertad de expresión, los derechos humanos y cómo afectan a los estudiantes, sin imaginarse que esto sería su oportunidad de regresar a Venezuela. “En enero recibimos respuesta diciendo que le habían enviado el documento al Presidente Pérez Jiménez y a los cinco días llegaron autorizaciones para 70 visas para estudiantes. Nos vinimos dos comunistas de inmediato y dos de

Acción Democrática. No sabíamos en realidad qué nos esperaba”.

¿Y AHORA QUÉ HACEMOS?

Regresó a Venezuela en 1956 “con dos dólares en el bolsillo”. Narra cómo fue esa llegada. “Me pidieron que los acompañara y me llevaron a una casita de la Seguridad Nacional en Macuto y me preguntaron, ¿usted sabe en qué condiciones viene?...está libre pero tiene que presentarse todos los días a la Seguridad Nacional en Caracas. Así estuve tres meses, luego pedí un permiso para viajar a mi pueblo, me lo concedieron, pero tenía que presentarme en la Seguridad Nacional del Callao, estuve dos meses cumpliendo con esta visita, y volví a Caracas y no me presenté más”.

A su regreso del exilio, junto a otros compañeros se preguntaba ¿y ahora qué hacemos?. En esa época había un tabloide llamado *La Calle*, en el momento lo dirigía Luis García, y le ofrecieron hacer reportajes, crónicas de cine y literatura. De ahí luego se trasladó junto a otros compañeros del PCV a la Cadena Capriles, donde para la fecha Ramón J. Velásquez fungía como coordinador. “Para ese momento él me pidió que escribiera un reportaje semanal para la revista *Elite* y tres para *Ultimas Noticias*, eso sólo duró cuatro meses, porque pusieron preso a Ramón J. Me incorporé entonces a *La Esfera*, esto fue a mediados del 57”.

Cuando cayó la dictadura y regresó Ramón J. Velásquez a la Cadena Capriles y fundó el diario *El Mundo*, Sanoja Hernández empezó a escribir para el periódico. Las labores periodísticas las compartía con sus funciones políticas. Para ese momento, una vez instalado el Congreso en Enero de 1959 lo habían nombrado secretario de la fracción parlamentaria del Partido Comunista.

En *El Mundo* tenía una columna que se llamó Esta es la Universidad, escribía reportajes y también artículos otra vez en *Elite* y *La Esfera*. “Cuando Capriles da el viraje anticomunista yo renuncio. Pero sin duda, mi paso por la Cadena Capriles me dejó un amplio aprendizaje. En los últimos dos años de la dictadura escribí y aprendí muchísimo”.

Derrocada la dictadura en el 58 su vida giraba fundamentalmente en torno a la política, la historia, la docencia y su labor periodística, a través de columnas o secciones como las que sostuvo en *El Nacional*, donde llegó a utilizar entre 10 y 12 seudónimos. Ese mismo año es nombrado vice-

“

Sanoja comenta que a principios de la década de los años 60, se vivía una etapa difícil en el periodismo de izquierda, y existía una ofensiva anticomunista que trajo momentos difíciles para él y sus compañeros del PCV.

”

presidente de la Federación de Centros Universitarios de la UCV, organismo con el que viaja a Cuba y se encuentra con Fidel Castro. También en 1958 comienza a colaborar con *El Pregón* y con *El Independiente* y en 1959 es miembro fundador de la agrupación literaria y la revista *Tabla Redonda*.

Sanoja comenta que a principios de la década de los años 60, se vivía una etapa difícil en el periodismo de izquierda, y existía una ofensiva anticomunista que trajo momentos difíciles para él y sus compañeros del PCV.

Rememora las vicisitudes que se vivieron en *El Nacional*, entre 1961 y 1963. “Era la época del boicot, esto comenzó a finales de 1961 luego del debate de Playa Girón, aupados por la Organización Latinoamericana Anticomunista y por los cubanos. Sumado estaba la competencia férrea de los Capriles contra el periódico, y los grupos económicos, en medio de un panorama internacional convulsionado por la Revolución Cubana. Trabajadores y sindicalistas negociaron y se escogió una nueva junta directiva, seleccionada entre personas del mundo empresarial sin tinte político. La idea era salir de todos los que tuvieran vínculos comunistas. Había mucho miedo”.

Cuando entra a la directiva Ramón J. Velásquez en marzo de 1964 *El Nacional* empezó a introducir cambios en el periódico y a reinsertar entre sus colaboradores a personajes que habían sido tildados de comunistas. “Ingresa Zapata con sus caricaturas, introducen con seudónimos una crítica literaria y cultural, escrita por Ludovico Silva, una columna firmada por un seudónimo, Matías Carrasco, que después se supo que era Aníbal Nazoa, y una de historia con las iniciales JRS, que era el propio Ramón J. Velásquez. En mi caso yo entré con el seudónimo de Martín Galván, que fue eliminado, luego fue Manuel Rojas Poleo durante mucho tiempo, y Pablo Azuaje; éstos dos últimos fueron los más permanentes y eran los utilizados para las notas políticas. En los temas literarios utilizaba dos seudónimos: Edgar Hamilton y Juan E. Saraza, en *Papel Literario*”.

Con un tinte anecdótico comenta que tuvo un seudónimo que duró un día, cuando escribió una nota sobre la muerte en el cuartel San Carlos del General Castro León -que había conspirado en el año 58 contra la Junta de Gobierno y había sido ministro de defensa- “El título de mi nota fue Se murió el Cabito. Esto desató polémica y suspicacias por adivinar el autor entre sus posibles compañeros de izquierda. Así que tuvo que desaparecer”.

Durante el gobierno de Betancourt, en 1963, señala que junto a varios compañeros comunistas tuvieron la idea de fundar un periódico donde el responsable editorial y administrativo fuese alguien ligado al partido de gobierno. Es así como nace *El Venezolano*, fundado en junio de 1963, y escogieron a Rodríguez Cisco de AD y Maza Zavala, y en la parte de redacción gente del PCV y del MIR. “El Venezolano fue un periódico muy bien hecho, pero que fue liquidado en septiembre de ese mismo año. Se editaba en la imprenta de URD, donde también se hacía el periódico *Clarín*, del cual fui columnista durante un tiempo junto a Manuel Caballero, pero debido a los problemas del MIR y el PCV con URD por el lanzamiento para la candidatura presidencial de Jóvito Villalba, el gobierno nos cortó las alas y fue clausurado”.

A dos meses de las elecciones presidenciales de diciembre de 1963, deciden sacar un periódico informativo sobre todo el proceso electoral llamado *La Extra*, que salió a la luz durante dos meses. “Ahí estaba el amigo Orlando Araujo, también gente de URD disidente como Miquilena y José Vicente Rangel”. Junto a compañeros del partido intentaron fundar durante la presi-

dencia de Betancourt dos periódicos: *Crítica* y *Voz popular*. Recuerda que el primero duró dos días y el segundo tres días.

Una vez que Betancourt salió del poder sacaron un semanario titulado *¿Qué pasa en Venezuela?*. “La idea fue concebida por Eleazar Díaz Rangel y mi persona, y consultamos en la clandestinidad con Pompeyo Márquez. Por esas cosas del destino el 15 de enero de 1964 fueron detenidos Díaz Rangel y Pompeyo Márquez, pero logramos que el semanario saliera a la luz pública y ellos colaboraban desde el cuartel San Carlos. También contamos con otro periódico llamado *El Siglo* donde estaba José Vicente Rangel y Manuel Caballero que acababa de regresar de Roma. Así que entre 1964 y 1965 tuvimos tres periódicos, donde se plasmaban aspectos del acontecer político, económico y cultural de la Venezuela de entonces”.

Sanoja Hernández también formó parte de la separata *Qué ideológico* y luego participó en el periódico *Letra Roja*. Afirma que la década de los sesenta fue dura y de mucha lucha por conservar espacios y medios de opinión. “Luego de todas estas vivencias yo continué trabajando y escribiendo para los medios. En realidad, a lo largo de mi vida he escrito para muchos periódicos y continué haciéndolo porque soy un apasionado del periodismo”.

Trabajador incansable, desde el año 1964 y hasta la actualidad forma parte de *El Nacional*, y además de sus columnas y artículos, desde 1997 actúa como asesor de las páginas políticas y ediciones aniversarias. En 1998 compila para el suplemento del periódico, *Papel Literario*, la publicación de los “50 Imprescindibles”, que ofrece una revisión histórica de Venezuela desde la época de la colonia con Cristóbal Colón hasta la Venezuela contemporánea.

REFLEXIONES Y REALIDADES

En este recorrido por sus vivencias, Sanoja Hernández también reflexiona sobre el periodismo político y el papel de los medios de comunicación en la actualidad. Recuerda que en una oportunidad tuvo un curso de seis meses en la UCV con un programa sobre periodismo venezolano que incluía información y visitas a los diferentes periódicos, incluso los medios impresos de partidos políticos. “Era difícil en seis meses poder visitarlos a todos, pero se hizo el mayor esfuerzo porque los alumnos pudieran conocer y entrar en contacto directo con la prensa. Esto coincidió en la época en que yo les decía que los periódicos

Galardones

- 1972** Premio Municipal de Periodismo Leoncio Martínez. Mención Opinión.
- 1974** Premio Nacional de Periodismo. Mención Periodista Profesional de Opinión
- 1974** Orden Andrés Bello. Segunda clase.
- 1974** Premio Nacional de Periodismo.
- 1994** Premio Alfredo Armas Alfonzo, otorgado por la Dirección de Cultura del Estado Bolívar.
- 1983** Orden Andrés Bello. Primera clase.
- 1987** Premio Municipal de Periodismo. Mención Opinión.



cos políticos habían desaparecido como tal, a excepción del Partido Comunista que todavía persistía con *Tribuna Popular*, su vocero”.

La década del 40 significó el auge de los periódicos políticos. “En su época los grandes partidos tuvieron periódicos no sólo informativos, sino políticos e ideológicos. Por ejemplo, Acción Democrática había fundado *El País* con editoriales de Betancourt en la época de Medina, y *El Semanario de Acción Democrática*; el Partido Comunista había fundado *Ultimas Noticias*; también a través de Miguel Otero había una influencia en *El Nacional*. Luego, a partir de los años 70, se vive otra realidad: se consolidan los sistemas de

coalición o bipartidista, la TV se utiliza como medio de impacto para la imagen y proyección de los líderes políticos, entra la figura de los asesores y el sistema generalizado de encuestas. A partir de allí empiezan a desaparecer los periódicos políticos a excepción del Partido Comunista. Cobran fuerza entonces las ruedas de prensa, las declaraciones, y los avisos en prensa, y los periódicos políticos salen de la escena”.

Al preguntarle si esta desaparición de los medios políticos fue en perjuicio de la propia política, responde inmediatamente que “Sí, y esto es un fenómeno que corresponde también al descenso de las organizaciones como tales, de sus proposiciones programáticas e ideológicas. Ahora el contacto real, la declaración fugaz, la rueda de prensa ocupa el espacio. En la actualidad los partidos no tienen programas, no existen, además les quita voto. En la década de los años 60 y 70 sí existían los programas de partido, se conocían, se analizaban”.

Dejando a un lado la política y entrando al calor del tema de los medios de comunicación y su papel en la actualidad, Sanoja reflexiona y señala que “todo está envuelto en una atmósfera mediática que antes no existía. En la contemporaneidad el poder mediático es un poder mundial. Antes cerraban un periódico y no le importaba a nadie, ahora la comunidad está sensibilizada. Los medios audiovisuales tienen un papel, sin duda, protagónico. Hoy para mí es un super poder ejercido algunas veces de un modo demasiado impositivo otras veces importantísimo, sobre todo, cuando se trata de investigaciones en profundidad. En cualquiera de los casos, actualmente la sociedad es totalmente dependiente de los medios, aun en los sectores más críticos, porque la referencia inevitable es esa, los medios. Están en todas partes, como Dios”.

Respecto a la labor de los medios en la actualidad señala que hoy más que nunca priva lo informativo sobre otros contenidos. “En el caso de la televisión, los programas o contenidos informativos si se quiere han quitado teleaudiencia a las telenovelas y los programas show, porque gran parte de la audiencia está ávida de informarse sobre la realidad y coyuntura política, económica y social. Ahora no se puede vivir sin los medios y es innegable que el periodismo de investigación y denuncia está vivo, y esto es innegable”.

Así lo expresa un venezolano que ha sido arte y parte del quehacer político y periodístico de la Venezuela contemporánea.

XXIII CONFERENCIA Y ASAMBLEA GENERAL DE LA AIECS**Comunicación intercultural en el nuevo milenio:
práctica y debate**

Entre el 21 y el 26 de julio pasado tuvo lugar en la mediterránea ciudad de Barcelona la XXIII Conferencia y Asamblea General de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS, AIERI, AIMCR). Esta nueva cita bianual, bajo el lema *Comunicación Intercultural*, convocó a centenares de expertos de las diferentes ramas del saber de las ciencias sociales provenientes de todo el mundo

La Conferencia, un marco

“Con la organización de esta Conferencia hemos querido contribuir a la preparación del *Forum Universal de las Culturas* (www.barcelona2004.org) que se celebrará en Barcelona en el año 2004. Este *Forum*, que se propone aportar ideas para un futuro democrático, solidario y sostenible para las sociedades del nuevo milenio, se beneficiará, sin duda, de los estudios y las conclusiones que se obtendrán en esta Conferencia”; con estas palabras el rector de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Lluís Ferrer i Caubet, daba la bienvenida a los investigadores en el Palau de la Generalitat, al tiempo que expresaba vivamente el espíritu con el que la Administración Catalana enmarcó la realización de este encuentro.

Por su parte, el Consejero de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Jordi Vilajoana, en sus palabras de acogida reivindicó la información y la comunicación como herramientas “para vencer las barreras, evitar los conflictos interculturales y otros conflictos derivados como el racismo”, mientras recaló que “algunas civilizaciones han quedado ancladas en épocas mucho más pretéritas y mantienen aún hoy prácticas que provienen de una tradición, pero que son inaceptables”, lo cual despertó los abucheos de parte del público presente en la apertura oficial de encuentro.

Esta conferencia, celebrada por segunda vez en la historia de la AIECS en la ciudad condal, contó con la presencia de cerca de 800 investigadores y profesionales inscritos, pertenecientes a 72 países, quienes expusieron trabajos propios y debatieron sobre las ponencias de sus colegas. Fue el moderno Institut del Teatre de la Diputació de Barcelona la sede del encuentro donde funcionaron las sesiones y los grupos de trabajo.

Esto, en palabras de Miquel de Moragas, director del Comité Organizador del evento, “ha

convertido a la XXIII Conferencia en el encuentro más grande de la AIECS hasta el momento”. La realización de esta Conferencia, organizada por el Instituto de la Comunicación, de la UAB, “no fue una tarea fácil y debió aunar los esfuerzos de otras universidades catalanas (Pompeu Fabra, Ramon Llull); instituciones públicas internacionales, nacionales y regionales (UNESCO, Reino de España, Generalitat de Cataluña, Instituto de la Cultura del Ayuntamiento de Barcelona, etc.) y empresas (Club de Fútbol Barcelona, EPSON, Freixenet).

La diversidad cultural a debate

La sesión plenaria inaugural, que contó con las ponencias de Federico Mayor Zaragoza (presidente de la Fundación por una Cultura de Paz, España), Rossana Reguillo (investigadora del ITESO, Guadalajara), Anthony Guiddens (director de la London School of Economics) y Taslima Nasreen (escritora, Bangladesh), reivindicó la investigación y el diálogo entre las diversas culturas para afrontar los conflictos que atraviesan las sociedades contemporáneas y lograr una duradera paz mundial.

En esta sesión de apertura se destacó que el valor más importante de la humanidad es la diversidad, y se apeló a formas de garantizar el respeto por las diferentes identidades (Mayor Zaragoza) frente a un escenario donde, después de los atentados del 11 de septiembre, se ha puesto de manifiesto la vulnerabilidad de las estructuras que surgieron de la modernidad acrecentándose el miedo a los que son diferentes y los medios masivos de difusión “dejan de hacer de mediadores y se convierten en actores políticos” (Reguillo).

En su intervención, Giddens, premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales 2002, destacó que la globalización es la era del Estado-Nación, puesto que éste se ha universalizado como forma de organización; al tiempo que el fenómeno de la denominada globalización ha comportado una reestructuración de todo el espectro político e ideológico, provocando una revitalización de las diferentes opciones políticas más radicales. Por su parte, la escritora y defensora de los derechos humanos, Nasreen, expresó de manera enérgica su defensa del laicismo, resumiendo la problemática relación actual entre sociedades, al conflicto entre laicismo y fundamentalismo.

Para Moragas, consultado al finalizar la

Conferencia, “la temática cultural cuestiona a los estudios de comunicación desde dos lugares: por un lado, se necesita un análisis crítico que dé cuenta acerca de cómo se crean los estereotipos y las visiones sesgadas del ‘otro’; por otro lado, se trata de preguntarse cómo la comunicación puede proponer políticas de la comunicación en la sociedad digital”. En opinión de Moragas, “desde los estudios de la comunicación hay que realizar un esfuerzo para comprender la realidad intercultural que viven las sociedades contemporáneas”.

Secciones especiales

El desarrollo de las actividades en secciones y grupos de trabajo se vio acompañado por diversos eventos (mesas redondas, foros) y secciones especiales desparramados por la geografía de la ciudad condal. Entre los más destacados pueden mencionarse:

- *Women and Communication Scholarship: achievements and aspirations*: sección que estuvo dedicada al análisis de las condiciones de la mujer en el campo de la investigación en comunicación, presidida por el nuevo presidente de la AIECS, Frank Morgan (Universidad de Newcastle / Australia).
- *Sección Conjunta del Grupo de Trabajo Medios de Comunicación y Deporte y la Sección Género y Comunicación*: las relaciones entre medios de comunicación, deportes y género se dieron cita en las instalaciones del Fútbol Club Barcelona.
- *Tres 11 de septiembre en la Historia de la Comunicación entre los Pueblos*: los investigadores Jaume Guillamet (Universidad Pompeu Fabra), Patricio Bernedo (Pontificia Universidad Católica de Chile) y Toby Miller (Universidad de Nueva York) se abocaron a analizar tres hechos históricos acaecidos en distintos 11 de septiembre: la derrota catalana de 1714, el golpe de Estado de Pinochet de 1973 y los atentados terroristas en Estados Unidos del pasado año.
- *Gaudí, Arte y Comunicación Intercultural*: en coincidencia con el año dedicado a la obra del célebre Gaudí (www.gaudi2002.bcn.es), al cumplirse el 150 aniversario de su nacimiento, el comisario de Año Gaudí 2002, Daniel Giralt-Miracle, y el comisario de la exposición Universo Gaudí, Juan José Lahuerta, participaron en la sección.

Antonio Pasquali recibe Doctorado Honoris Causa de la UCV

Para Antonio Pasquali, profesor jubilado de la Universidad Central de Venezuela y uno de los fundadores de los estudios de Comunicación en el país, las universidades son las instituciones a las que corresponde emprender un eficaz ejercicio prospectivo destinado a vislumbrar el futuro de la nación y de la educación superior.

“La Universidad venezolana, encabezada por su miembro senior, justamente la Central, está llamada una vez más a asignarse una misión supra-ideológica por mor de la recuperación nacional, y para lograrlo le tocará ir rescatando, una a una, las virtudes paulatinamente extraviadas en el último medio siglo, deshacerse de ciertas pulsiones corporativas, practicar formas superiores y osadas de la autonomía que le devuelvan credibilidad ante el cuerpo social, darse a sí misma elevadas misiones a largo plazo y decirse con cartesiana claridad hacia donde quiere ir”.

Estas palabras fueron pronunciadas por el docente en su discurso de orden durante el acto donde las autoridades rectorales de la UCV le confrieron el Doctorado Honoris Causa, el pasado 2 de mayo en la Sala de Concursos de la referida casa de estudios. En esta ocasión también recibieron el título de *Doctor Honoris Causa*, Isaac Chocrón y Gonzalo Castellanos Yumar. Por su parte, a Otto Lima Gómez y a Guillermo Pérez Enciso se les fue otorgado el título de *Profesor Honorario*.

“Nos acompañan hoy aquí las sombras de Vicente Emilio Sojo y de Juan David García Bacca, de Francisco de Venanzi, de Inocente Palacios y de Federico Riu, de Mariano Picón Salas y de Enrique Tejera, de Edoardo Crema y de Salvador Garmendia, de Juan Nuño, Juan Liscano, José Ignacio Cabrujas y de tantos, tantos otros con quienes anduvimos un trecho de un mismo camino y quienes, de una u otra manera, fueron sembradores o co-autores de una labor que ustedes premian hoy en nosotros. ¡Honor a todos ellos!”, recordó el investigador.

A pesar de estar inmersos en cotidianas urgencias que nos exigen inmediatez, considera el académico que es indispensable volver a la idea de futuro, más aún si tomamos en cuenta que las planificaciones estratégicas en lo económico, mercantil, social, científico, político o militar, han desnudado al futuro de su imprevisibilidad, para dotarlo de precisión.

Comentó el docente homenajeado que los más confiables estudios prospectivos han señalado que el mundo seguirá tendencias tales como los procesos de degradación ambiental; interferencias de la ingeniería genética en los mecanismos naturales; probabilidades de que se produzcan desfiguraciones mayores de lo óptico-humano; subsistencia

de peligros nucleares, bacteriológicos, químicos y terroristas; irreversible consolidación de la disparidad entre ricos y pobres; y finalmente, la posible conversión de las grandes democracias en dictaduras plutocráticas blandas.

Ante este panorama este investigador se pregunta: “¿cuál será el rumbo final de todas ellas?, ¿cuánto pesarán sobre el futuro del país estas tendencias universales?, ¿no es acaso la *Universitas* la institución llamada antes que otras a responder dichas insoslayables preguntas?”.

Antonio Pasquali es sin duda una referencia obligada para profesores, investigadores y sobre todo estudiantes de comunicación social, filosofía, sociología y otras importantes ramas de las ciencias sociales. Además, ha sido el iniciador de importantes proyectos de investigación; y en los últimos tiempos ha desplegado, junto a otros investigadores, una interesante lucha por una radiotelevisión de servicio público.

“Instalados como estamos en la cumbre del proceso educacional, pidámosle nosotros también al Futuro que ilumine nuestro Presente educativo, a lo Posible que mejore nuestra Realidad, a las tendencias universales que faciliten una mejor planificación nacional. Hagamos futurología para mejorar nuestro presente, construyamos nuestro propio futuro antes que otros nos ubiquen compulsivamente en él”, concluyó Pasquali.

Iván Alonso

Novedades editoriales

La cafetería del *Institut del Teatre* junto al vestíbulo del Teatro Ovidi Montflor han servido como marco de encuentros y reencuentros, conversaciones, intercambios y proyecciones de trabajo. Asimismo, las casas editoriales, en su casi totalidad británicas, se hicieron presentes para dar a conocer sus últimas novedades editadas y ofertas.

Así, por ejemplo, SAGE presentó *Handbook of New Media*, de Leah Lievrouw (Universidad de California, Los Ángeles) y Sonia Livingstone (London School of Economics and Political Science), libro que a través de sus casi 500 páginas revisa las consecuencias sociales de la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación en los últimos años; mientras que la editorial Routledge lanzó *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*, de Klaus Bruhn Jensen (Universidad de Copenhage), que recoge contribuciones de investigadores nórdicos, británicos y estadounidenses.

Por su parte, en el Instituto Catalán de Cooperación Iberoamericana y Editorial Gedisa presentaron el último título de la colección Estudios de Televisión dirigida por Lorenzo Vilches, *Historias de la televisión en América Latina*. La presentación de esta obra colectiva—con la presencia de su coordinador y dos de sus autores, el profesor mexicano Guillermo Orozco, y el investigador brasileño, Sergio Capparelli—se complementó con el visionado de fragmentos de programas de distintas televisiones latinoamericanas.

Rumbo a Porto Alegre 2004

Una vez concluida esta *XXIII Conferencia*, la atención ya se centra en el próximo encuentro mundial. Miquel de Moragas confirmó que la próxima conferencia mundial de la AIECS se realizará en la ciudad brasileña de Porto Alegre, estado de Rio Grande do Sul (Brasil), en 2004 y que existe “la posibilidad de firmar un convenio entre el INCOM y los futuros organizadores para transferir la experiencia acumulada en la realización de esta Conferencia y promover una AIECS a gran escala”.

Luis Alfonso Albornoz

Antonio Pasquali (n.1929)

- Licenciado en Filosofía de la Universidad Central de Venezuela (UCV) en 1955, con Doctorado en Filosofía de la Universidad de París en 1957, y posteriores estudios de especialización en las Universidades de Oxford y Florencia, ha sido titular de las cátedras de *Filosofía Moral* y de *Comunicación Social* en la UCV hasta 1978.
- En 1958 crea el *Centro Audiovisual* (hoy Depto. de Tecnología Audiovisual) del Ministerio de Educación; en 1960 el *Depto. de Estudios Audiovisuales* de la Escuela de Periodismo, y en 1974 el *Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO*, de la UCV. Entre 1974 y 1978 es igualmente miembro principal del recién creado *Consejo Nacional de la Cultura CONAC*, coordinando más particularmente el *Proyecto RATELVE* por una nueva política de la radiotelevisión pública.
- Desde 1978 hasta su jubilación en 1989, ocupa diferentes cargos en la UNESCO, entre ellos el de *Subdirector General responsable del Sector de la Comunicación* y el de *Coordinador Regional* para América Latina y el Caribe.
- En 1992 funda en Venezuela el *Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público (RTSP)*. En 2002 la Universidad Central de Venezuela le otorgó el Doctorado *Honoris Causa*.
- Principales publicaciones: *Fundamentos gnoseológicos para una Ciencia de la Moral*. (EBUC/UCV 1959); *La Moral de Epicuro*, (MonteÁvila 1960); *Comunicación y Cultura de Masas*, (MonteÁvila 1962, 9 ediciones hasta hoy); *Sociologia e Comunicação* (Vozes, Brasil, 1973); *Comprender la Comunicación* (MonteÁvila 1974, 5 ediciones hasta hoy); *La Comunicación Cercenada* (MonteÁvila 1990, 2 ediciones a hoy); *El Orden Reina* (MonteÁvila 1992); *Bienvenido Global Village* (MonteÁvila 1998); en prensa: *Del Futuro* (MonteÁvila 2002)

FORO "MEDIOS Y CRISIS POLÍTICA"

Medios: intermediarios de la información y actores políticos

Los medios de comunicación como participantes de sociedades democráticas son actores políticos, sin embargo esta condición no los exime del deber ético que tienen, para con sus audiencias y lectores, de informar con claridad, responsabilidad y transparencia.

En este punto de vista coincidieron el director del *Instituto de Investigaciones de la Comunicación*, de la Universidad Central de Venezuela, Oscar Lucien; el director y editor del diario *Últimas Noticias*, Eleazar Díaz Rangel; el sociólogo y columnista del diario *El Nacional*, Tulio Hernández y el director de la *Revista Comunicación*, Andrés Cañizález, en el foro "Medios y crisis política", realizado el pasado 18 de julio, en la sala "A" del Ateneo de Caracas, donde reflexionaron en torno al papel de los medios en una sociedad democrática a la luz de los sucesos del pasado mes de abril, cuando se produjo la salida y posterior regreso al poder del presidente Hugo Chávez, luego de una jornada de manifestaciones en su contra que culminó en hechos violentos en los que murieron cerca de 18 personas.

Oscar Lucien dio inicio a su intervención analizando el rol social que desempeñan los medios. Indicó que éstos son entes comerciales y que sus propietarios, al igual que los empresarios de otros sectores, tienen intereses particulares. "Es indudable que en una sociedad democrática los medios son actores políticos", aseveró.

Seguidamente hizo referencia al derecho que tiene la colectividad de exigirles que cumplan su función como mediadores de la información. "El justo reclamo que podemos hacerles a los medios es calidad, que responsablemente cumplan con su rol de informar y de intermediación, que no confundan política editorial con política informativa, que no se conviertan en protagonistas de la noticia, que sean sensibles a la diversidad de voces que conforman la opinión nacional, que comprendan a cabalidad los compromisos y altas responsabilidades del ejercicio de la libertad de expresión, y que sean consecuentes con el derecho a la información de todos los ciudadanos, garantía de la actual constitución venezolana y de reconocidos tratados internacionales", indicó Lucien.

Seguidamente intervino Eleazar Díaz Rangel, quien se refirió al flujo informativo que hubo en el país durante la crisis. "Mientras el



Oscar Lucien



Tulio Hernández



Eleazar Díaz Rangel

11 y el 12 hubo una cobertura exhaustiva de lo que ocurría en Caracas, por prensa, radio y televisión, esta condición se revierte el día 13; hubo un vacío histórico informativo que no tendrá explicación para generaciones futuras o para estudios futuros del periodismo en Venezuela", dijo Rangel.

Desestimó que la ausencia informativa se haya debido a que los medios no pudieron cumplir sus funciones profesionales por "problemas de seguridad", como lo han manifestado periodistas y empresarios del sector. Señaló que el flujo de la información no se ha detenido en ocasiones de alto riesgo como en febrero y marzo de 1989, cuando ocurrió la explosión social conocida como "El Caracazo". En ese momento los medios siguieron informando, a pesar de que las garantías constitucionales estaban suspendidas, fue decretado el toque de queda y hubo centenares de muertos en las calles.

Poder político y poder mediático, una relación compleja

Debido a la trascendencia de la función social que cumplen, la prensa, la radio y la televisión constituyen una importante cuota de poder otorgada por el manejo de la información. Andrés Cañizález, reflexionó sobre la compleja relación que existe entre el sector político y los medios en el país. Para el director de *Comunicación* el silencio informativo de los días 13 y 14 estuvo acompañado de una actitud errática de parte del Gobierno Nacional que se evidenció en el uso excesivo de las cadenas nacionales y la suspensión de las señales de las televisoras, ocurrida el 11, y que estuvo al margen del marco legal establecido al respecto.

Asimismo, se refirió a la tendencia que hubo en los medios públicos y privados a convertirse en actores principales de la información. "Como la información no es propiedad de nadie, es un bien público, los medios no deberían verse como protagonistas sino como mediadores y han pasado a creerse protagonistas de lo que sucede y han asumido que el micrófono es su trinchera de lucha política", dijo.

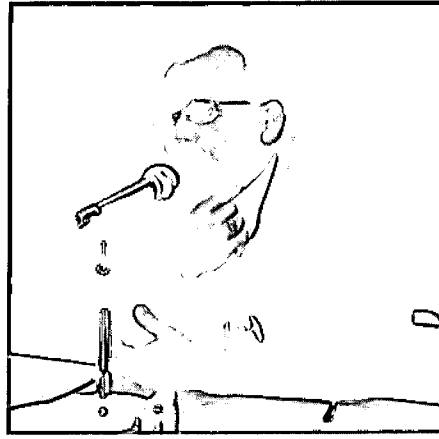
Cañizález dejó tres propuestas en mesa: Pedirle al Estado el establecimiento de políticas transparentes y públicas para regular el uso y funcionamiento de los medios de su propiedad. La constitución de asociaciones de



Parte del equipo de *Comunicación*: Narsá Silva, José Ignacio Rey, Agrivalca Canelón, Carlos Correa, Iván Alonso, Andrés Cañizalez, Marcelino Bisbal y Gustavo Hernández



Agrivalca Canelón, presentadora del Foro



Andrés Cañizalez



Asistentes al foro

usuarios que propongan reglas sobre la relación que deben existir entre los medios, los ciudadanos y el Estado. Y la promoción de discusiones sobre el periodismo que tenemos y el periodismo que queremos, en las que participen los gremios del sector.

Siguientemente el sociólogo Tulio Hernández tomó la palabra. Señaló que en toda la historia democrática venezolana ha habido diferencias sustanciales, entre el poder político y los medios, que se han profundizado durante el gobierno de Hugo Chávez y que desembocaron en la crisis de abril.

“Lo novedoso en esta coyuntura es que por primera vez todos los enfrentamientos, todas las modalidades de intentos de ejercer códigos de censura o metodologías de la información ocurrieron al mismo tiempo. Y la posibilidad de establecer con claridad buenos y malos, víctimas y victimarios, violadores de las normas y gente que padecía de los que violaban las normas se hizo cada vez más difícil”, dijo Hernández.

Así, cuestionó el uso de las cadenas nacionales de radio y televisión por parte del Ejecutivo e indicó que la medida fue violatoria de la Constitución Nacional.

Opinó que el vacío informativo de los días 13 y el 14 de abril fue “un hecho decidido en un acuerdo político que creó una circunstancia mediática realmente inusitada”.

En cuanto a la manera en cómo ha sido el ejercicio del periodismo durante el gobierno de Chávez, aseveró que se ha desencadenado un “ejercicio perverso” que transformó a los comunicadores sociales en jueces o policías frente a sus entrevistados e indujo a los medios a fomentar acciones opositoras.

“El medio ya no es un actor político sino que se convierte abiertamente, en el convocante de las marchas y en promotores directos de una conducta”, dijo Hernández.

Este encuentro, promovido por el Centro Gumilla y por el equipo editorial de la revista *Comunicación*, se realizó en el marco de la presentación del número 119 de la revista; una edición especial donde destacados docentes, investigadores y profesionales del periodismo analizan la actuación de los medios de comunicación social y sus implicaciones en los sucesos del pasado mes de abril.

EL LÍMITE NEUSTADTL

Me gusta cómo suena. Tiene un no sé qué de ley física o de extravío geográfico. Y supongo que me gustaría más si, en verdad, se refiriera al instante exacto en el que una pestaña de bronce es vencida por las sombras, por ejemplo, o si señalara unas grietas de hielo que flotan en el sur del mar del sur, donde, según dicen, se acaban todas las formas conocidas y se evaporan hasta la sal, el yodo, las últimas algas. Pero no. El término aparece sobre la página porque esta semana, de pronto, sentí que ya andamos sobre un nuevo límite, que el país está como Otto Neustadt: torpe, confuso, contradictorio, incomprensible.

Confieso que el video original, el que registra la participación de la pareja de periodistas en un foro de una universidad en Maracay, me asombró mucho más que la edición –trucada malintencionadamente– que mostró el Presidente en su acostumbrada parodia de todos los domingos. Si quisiera ser camorrero diría que el video de Gladys y Otto casi me pareció más promiscuo que el documental de Roxana Díaz y Jorge Reyes. Ahí estaban, marido y mujer, frente a un auditorio, pontificando a cuatro manos. Se interrumpen, bromea, discuten, hasta cuando se callan el uno al otro lo hacen graciosamente. Opinan sobre todo. Dicen cada cosa. Son tan felices. Son los héroes de una historia que ellos mismos cuentan. No es nueva esta faceta. Probablemente hay una perversión original que se ha venido gestando a través de los años y que ha terminado trabucando a los periodistas en pretendidos jueces morales y en supuestas estrictas conciencias de muchas sociedades. Ante las crisis de las instituciones y el fracaso de la gerencia política tradicional, los medios de comunicación empezaron a generar altos niveles de eficacia y a recibir grandes márgenes de credibilidad. Toda noticia comenzó a ser una denuncia. La opinión personal se convirtió, cada vez más, en información. El protagonismo de los periodistas terminó integrado al discurso como parte sustancial de la narración de la verdad. Se trata de un territorio difícil y movedizo, no sólo porque, obviamente, no todo el periodismo que se ejerce en el país va por esa línea, sino porque también hay quien piensa que criticarnos, dentro de esa noria que llamamos oposición, es un lujo inadmisibles, un imperdonable error estratégico, un aplauso al Gobierno, una traición. Me voy a arriesgar, sin embargo, porque me parece importante tratar de arrimar algunas dudas sobre el espectáculo de esta semana: un periodista fue rehén de su propio show.

Si sólo fuera el rostro de Otto, nervioso, con una desazón en el ánimo; si sólo fuera ese ir y venir de excusas, ese juego de palabras como el hilo musical de estos días: yo no dije lo que

dije. Yo no digo lo que digo ni siquiera cuando lo digo... Pero había más. La noticia también fue una periodista de Últimas Noticias, acosándolo, acusándolo de no haber cursado Informativo I ni tener un diploma de la UCV. La noticia fue la voz, entrecortada y conmovedora, de Gladys por la radio. Gladys insegura. Gladys con miedo. Casi diciendo ¡esas son vainas de Otto! ¡Nosotros siempre se lo decimos! ¡Deja la habladora de paja, mijo! ¡El es bueno, pero le gusta mucho soltar la lengua! Los periodistas, parece que sin proponérselo conscientemente, de pronto han entrado en el espectáculo político. No lo muestran: son parte del él. No retratan lo público, lo ejercen. Ciertamente: si lo que Neustadt afirma es verdad, él y algunos otros de sus colegas estarían metidos en un problema legal y moral bastante serio. Se podría hablar, por lo menos, de complicidad. Su versión personal de los hechos, de pronto, se convierte en único testimonio de verdad. Tanto, que José Vicente Rangel ya ni siquiera pretende discutir más nada: “Video mata todo”. Es una frase dolorosamente infeliz, sobre todo para un Gobierno que, en cinco meses, ha sido incapaz de ofrecernos una mediana explicación sobre lo ocurrido el pasado 11 de abril.

Señalar que el Presidente es un manipulador no es ninguna novedad. Así llegó al poder y así se ha mantenido en Miraflores. Estrujando ese verbo. Si en algo ha sido eficaz esta revolución es en ocultar sus crímenes. Nadie entendiendo a un Gobierno que denuncia estar acorralado por los medios, que acusa públicamente a unos golpistas pero que, al mismo tiempo, se empeña de manera feroz en que no exista una Comisión de la Verdad. Todo forma parte de esa misma bulla que distribuye el poder. Es el preciso desorden del ruido, la fascinación de los espejos, el gozo del eco. Todo está pasando, todo suena, por lo tanto, nada importa... ahí, en ese dulce charco, cualquier periodismo, de repente, puede encontrar grandes tentaciones. También, enormes peligros.

El límite Neustadt: así como más de algo se pregunta cómo, después de todo este desastre, vamos a regresar a los militares a los cuarteles; quizás otro tanto también se pregunta cómo vamos a devolver a los periodistas a la información.

Alberto Barrera Tyszka

Nota de Redacción: Este artículo fue publicado originalmente en el Cuerpo Siete Días del diario El Nacional el 15 de septiembre del presente año.

EL PROYECTO DE INFOAMERICA: REVISTA DE REVISTAS EN RED

Infoamérica en la URL <http://www.infoamerica.com> surgió como respuesta a la necesidad de crear nuevas formas de expresión e intercambio del trabajo profesional y académico, al tiempo que ser un instrumento capaz de hacer visible la realidad plural y diversa de la Comunicación en el espacio cultural iberoamericano.

Retomando la esencia del pensamiento latinoamericano que vincula la comunicación al desarrollo y la modernización, a la lucha contra las desigualdades y el Estado de derecho, Infoamérica entiende que hoy surgen nuevas oportunidades. La llamada ‘sociedad de la información’ o ‘del conocimiento’ debe ser instrumento de innovación de la sociedad civil y de desarrollo de la cultura democrática, más allá del uso de la tecnológica como un mecanismo regulador de los ciclos del mercado.

A diferencia de la propuesta de la revista Pensamiento Latinoamericano sobre Comunicación, que nació en el Brasil, el equipo de Infoamérica está compuesto por un reducido grupo de docentes y profesionales de la comunicación, integrados en la Asociación I+D.COM (Investigación y Desarrollo de la Comunicación), con sede en Málaga - España.

Además de actualizar los contenidos de las más de 4.000 páginas del portal, son numerosos los proyectos en fase de producción y edición, que prometen ir incorporando poco a poco en su agenda general.

Infoamérica quiere ser también un foro de debate en el que se contrarreste, en parte, el creciente peso ideológico de organizaciones que, con visiones parciales del fenómeno, parecen anteponer sus intereses al valor potencial de la Comunicación como nutriente y catalizador del desarrollo cultural y económico de los pueblos.

Infoamérica ha comenzado a desarrollar una línea de contenidos dedicada a la televisión, con información sobre emisores, programación, legislación, etc.. Como país piloto ha tomado a España y convoca a los colaboradores a participar en el mapa global de la televisión en todas las naciones del espacio cultural iberoamericano.

La línea de contenidos sobre televisión en España, quiere servir de base inicial para el desarrollo de las distintas páginas nacionales, previstas en el menú general de la sección. Por ello, invita a aquellas personas de los sectores profesional y académico que quieran colaborar en la identificación y descripción del sistema de televisión en las naciones iberoamericanas para que envíen la información oportuna, especialmente compleja en casos como los de Brasil, México y Argentina. Infoamérica hará referencia a la autoría de las colaboraciones en cada capítulo nacional.

Como ocurre con la página de España, se quiere reunir recursos disponibles en la red que permitan visualizar la realidad del sistema: emisoras, propiedad de las mismas, legislación, medición de audiencias, organismos de control, ámbito de cobertura de las emisiones, emisiones vía satélite, trabajos académicos sobre el medio, etc.

Reporteros sin Fronteras y Comité de Protección de Periodistas se pronuncian

En la mira internacional situación del periodista venezolano

COMITE DE PROTECCIÓN
DE PERIODISTAS (WWW.CPJ.ORG)

Carne de cañón

Por Sauro González

Caracas, Venezuela -- Bebiendo una taza de café en una mañana de mayo, en una cafetería no lejos de la Plaza Bolívar, en el centro de Caracas, una periodista de uno de los principales diarios privados de Venezuela describe los sucesos que rodearon el golpe de estado de abril y sus desastrosas repercusiones para los medios de comunicación nacionales. «Entonces, hay dos focos, uno el presidente, otro los dueños de los medios, que están presionando», señala, sin suavizar sus palabras. «Y los periodistas estamos en el medio del asunto, completamente indefensos, expuestos a ataques de un lado y del otro».

Lo que esta reportera describe se está volviendo un fenómeno cada vez más común en Venezuela. El resultado es que los periodistas -atrapados entre la incendiaria retórica del presidente venezolano Hugo Chávez Frías y el activo papel político que los propietarios y directores de los medios han adoptado- se han convertido en blanco de ataques de sectores populares.

De hecho, precisa la periodista, «Siempre uno sale a la calle, y yo me saco el carné [de periodista] de inmediato y me lo guardo».

Los periodistas de los medios de comunicación estatales también se sienten víctimas. «Yo creo que eso puede traer riesgos para los periodistas, mantener el equilibrio, porque puedes llegar a ser considerado como traidor por unos y por otros, que consideren que la labor del periodista es hacer política, que un medio de comunicación es un revólver y que los periodistas somos balas», afirma Ernesto Villegas, periodista que trabajó para el diario El Universal y ahora lo hace para la televisora estatal Venezolana de Televisión (VTV).

La primavera pasada, los periodistas venezolanos se dieron cuenta de cuán grave se había tornado la situación. En la tarde del 11 de abril, luego de tres días de protestas por parte de manifestantes antigubernamentales, el gobierno venezolano interrumpió la señal de los seis canales de televisión locales (uno de los cuales es administrado por el Estado), para transmitir

Nota de redacción:

La agudización de la crisis política en Venezuela ha colocado en primer plano el debate sobre el papel de los medios y de los periodistas en la crisis. Las miradas sobre estos acontecimientos no sólo se producen en nuestro país, al contrario hay un marcado interés internacional sobre Venezuela como lo evidencian los reportes que publicamos en esta sección de documentos.

declaraciones del presidente Chávez. En pleno discurso, los canales privados dividieron la pantalla en dos para seguir cubriendo las manifestaciones. Chávez, molesto con esta decisión, ordenó cerrar los canales y los acusó de conspirar para derrocar su gobierno.

A la mañana siguiente, Chávez fue derrocado y Pedro Carmona, presidente de Fedecámaras, la asociación empresarial más poderosa del país, fue nombrado para encabezar el nuevo gabinete, que contaba con apoyo de algunos sectores castrenses. Pero la noticia del derrocamiento de Chávez trajo como resultado más protestas, esta vez por parte de sus simpatizantes, y en 48 horas, oficiales de las fuerzas armadas leales a Chávez habían restituido al presidente en su cargo.

Para el 14 de abril, la violencia ya había cobrado unas 50 vidas, entre ellas la de Jorge Ibraín Tortoza Cruz, veterano fotógrafo que había trabajado los últimos 11 años para el diario caraqueño 2001. Tortoza recibió un disparo y murió posteriormente a causa de sus heridas. Otro fotógrafo, Jorge Recio, quedó paralizado del pecho hacia abajo. (No se ha esclarecido ni quién disparó a los fotógrafos ni si estos fueron blanco específico. Algunos fotógrafos dicen que sujetos armados no identificados apostados en azoteas fueron quienes efectuaron los disparos, mientras otros dicen que fueron efectivos de la Guardia Nacional o la Policía Metropolitana de Caracas. Pero todos los fotógrafos están de acuerdo en que fueron

blanco de los disparos porque trataban de documentar los hechos. La Asamblea Nacional, el Parlamento venezolano, en estos momentos debate una ley que crearía una comisión de la verdad para investigar los sucesos del 11 de abril.)

En más de una docena de entrevistas con el Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ, por sus siglas en inglés), varios periodistas manifestaron que se habían sentido como carne de cañón en esta lucha entre Chávez y los medios, los que cada vez se oponen más a Chávez. Algunos periodistas afirmaron que los jefes de redacción les habían ordenado que no cubrieran actividades del oficialismo o habían editado las noticias para proyectar a la oposición de una manera más favorable. «Si tú llevas tu información, tal cual como pasó, los hechos, lo das al periódico y ellos lo manipulan para hacer que la situación aparezca de otra manera» -explica la periodista del diario caraqueño, haciendo una pausa para beber su café-, «quien se ve afectado profesional, física y moralmente es el periodista que trabaja en la noticia, porque es su nombre el que aparece allí escrito».

La mayoría de los diarios caraqueños, entre ellos los de circulación nacional como El Nacional y El Universal, no publicaron la edición del 14 de abril alegando que tenían ser atacados por los simpatizantes de Chávez. (Tanto El Nacional como El Universal habían evacuado a la mayor parte del personal el día anterior.) Los canales privados de televisión mostraron poco, si acaso algo, de la cobertura noticiosa de las manifestaciones de apoyo a Chávez. Los gerentes de los canales niegan que decidieron ignorar las manifestaciones de apoyo a Chávez y aducen que ordenaron a los reporteros no cubrir las por motivos de seguridad. «Las informaciones que comienzan a llegar al canal eran de violencia, de muerte, de saqueos y nosotros, sacrificando el rating, la credibilidad de los televidentes, la libertad de expresión, lo que ustedes quieren definir, decidimos no transmitir imágenes de violencia ni de saqueo», declaró Alberto Federico Ravell, director general del canal de noticias las 24 horas Globovisión, en una intervención televisada en la que trató de expresar su arrepentimiento por la situación. Sin embargo, muchos periodistas han señalado que los canales habían cubierto los hechos de violencia previos al golpe, y que se hubiera podido cubrir los sucesos sin exponer a los reporteros a riesgos innecesarios.

Aun cuando muchos medios de prensa apoyaron a Chávez en su arrolladora llegada al po-

der en 1998, desde que Chávez fue electo mandatario su relación con los medios ha estado marcada por la confrontación. Chávez y sus seguidores acusan a la prensa venezolana de distorsionar los hechos y ocultar los logros de su gobierno. En su programa de radio y televisión, «Aló, Presidente», Chávez ha arremetido contra sus críticos de entre los medios. Además, Chávez ha utilizado las cadenas-transmisiones simultáneas por radio y televisión a toda la nación-para descalificar a personas, y muchas veces se ha referido directamente a periodistas y dueños de los medios.

Las organizaciones venezolanas de derechos humanos plantean que aunque en Venezuela hay libertad de expresión, no existen plenas garantías para el ejercicio de dicha libertad, conforme lo ilustran varios fallos judiciales recientes que han permitido la censura previa o han penalizado la crítica a los funcionarios públicos.

Sin embargo, dice Teodoro Petkoff, antiguo político y ahora director del diario opositor TalCual, el discurso de Chávez «no ha estado acompañado hasta ahora de ninguna medida represiva... Es verdad que el presidente es agresivo pero con él también son; o somos, sumamente agresivos». «El problema que ha creado Chávez» -añade Petkoff- «es que su discurso, en algunos de los sectores que lo respaldan, populares, no tan cultos, genera actitudes agresivas contra trabajadores de los medios».

Los ataques contra los reporteros, camarógrafos y fotógrafos no son un nuevo fenómeno en Venezuela. En las últimas cuatro décadas, los presidentes venezolanos con frecuencia han tratado de silenciar la cobertura crítica de los medios, y con ese objetivo han empleado tácticas que han ido desde amenazas violentas y la censura manifiesta hasta la negativa a otorgar tasas de cambio preferenciales para la importación de papel periódico. Por ejemplo, según investigaciones del CPJ, durante 1992 por lo menos cinco medios de comunicación venezolanos fueron allanados, censurados, impedidos de circular o vieron confiscados los ejemplares de sus publicaciones por parte de las autoridades gubernamentales. Y durante los últimos 10 años, el CPJ ha documentado 18 ataques contra un total de 34 periodistas. La mayoría de tales ataques ocurrieron en la primera mitad de la década del 90, durante los gobiernos de los ex presidentes Carlos Andrés Pérez y Rafael Caldera.

Pero durante la gestión del presidente Chávez, el combate entre el gobierno y los medios se ha intensificado en esta nación tan dividida. Por ejemplo, Chávez ha calificado a la oposición, que incluye a los medios, de «escuálidos»; y los medios a su vez han respondido tildando a los simpatizantes de Chávez de «turbas chavistas» y «vándalos». El agresivo discurso del presidente Chávez ha exacerbado la hostilidad contra los medios entre los simpatizantes del gobierno, quienes en varias ocasiones han atacado a equipos de reporteros; y ha fomentado un clima de temor y autocensura entre los periodistas, que evitan cubrir actividades del oficialismo.

El hostigamiento también ha alcanzado a medios de comunicación extranjeros como CNN. Por ejemplo, algunos simpatizantes de la oposición han expresado su enojo contra CNN porque esta cadena de noticias cubrió las manifestaciones de abril de apoyo al mandatario venezolano y las ruedas de prensa de funcionarios del gobierno.

Por supuesto, la incursión de los medios en el terreno político no hace más que aumentar los riesgos que los periodistas venezolanos enfrentan. Algunos conocidos periodistas se han convertido en opositores tan fervientes de Chávez que muchos venezolanos dicen que los medios, al llenar el vacío dejado por los desprestigiados partidos políticos, han pasado a ocupar el lugar de la oposición.

La atmósfera dentro de los medios estatales refleja la de los medios privados. Sin dudas la mayoría de los gobiernos venezolanos anteriores han utilizado a los medios estatales para impulsar sus propios intereses partidistas. Pero, de acuerdo con periodistas que trabajan para los medios del Estado, la situación ha empeorado con el presidente Chávez. Estos periodistas dicen que Chávez ha tratado a los medios estatales -que comprenden la radioemisora Radio Nacional, VTV y Venpres- como su propio foro mediático privado. Y según una periodista de Radio Nacional: «Dentro de la emisora hay una cacería de brujas: o eres chavista o eres escuálida».

«Yo siempre he planteado eso, que nosotros tenemos que cubrir las dos cosas, pero esa no es la política de comunicación», dice un periodista que trabaja para la agencia de prensa estatal, Venpres. En otras palabras, es difícil encontrar cobertura informativa equilibrada.

La situación de los periodistas en el efímero gobierno del empresario Carmona, durante el golpe, no fue nada mejor. Según se informó, las fuerzas que apoyaban a Carmona hostigaron a periodistas que trabajaban para medios comunitarios -emisoras de radio y TV no comerciales que transmiten su señal a la comunidad donde tienen sede-. Varios medios comunitarios caraqueños tales como TV Catia, TV Caricuao, Radio Perola y Radio Catia Libre denunciaron que la policía había allanado sus sedes y que algunos de sus trabajadores habían sido detenidos. La mayoría de los medios comunitarios apoyan al gobierno.

También durante el régimen de Carmona, el canal de televisión estatal, VTV, fue sacado del aire la noche del 11 de abril tras ser ocupado por fuerzas militares que se habían sumado al golpe. El canal se mantuvo cerrado hasta el 13 de abril, cuando fue tomado por simpatizantes del gobierno que lo hicieron salir de nuevo al aire.

Nadie puede predecir lo que el futuro les depara a los periodistas venezolanos, y mucho menos a Venezuela misma. Muchos venezolanos temen que pueda haber otro golpe militar contra Chávez, y, según noticias recientes, tanto opositores como partidarios de Chávez están almacenando armas y municiones. Temiendo que los periodistas sean los objetivos principales si otro golpe se lleva a cabo, algu-

nos diarios están elaborando planes de emergencia para evacuar a los periodistas y estar al tanto de su paradero.

En el pasado, cada vez que Chávez ha ordenado que cesen los ataques y el hostigamiento contra los periodistas, sus seguidores por lo general han hecho caso de su petición. Aunque el presidente venezolano todavía denuncia en ocasiones a los «medios de comunicación» en general, últimamente ha evitado señalar a periodistas de modo individual. Pero los continuos ataques a la prensa este verano, en los cuales simpatizantes del gobierno han golpeado e insultado a fotógrafos y reporteros, sugieren que la situación está fuera de control.

Y las víctimas de todo esto son los periodistas, quienes sencillamente intentan realizar su trabajo.

REPORTEROS SIN FRONTERAS Y LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA MUERTE DEL REPORTERO GRÁFICO JORGE TORTOZA

El 11 de Junio, cuando se cumplían dos meses de la muerte del reportero gráfico Jorge Tortoza, Reporteros Sin Fronteras manifestaba su preocupación por el poco avance en la investigación de este hecho. Medio año después de los sucesos de abril aún la verdad seguía siendo una deuda y prácticamente no había perdido vigencia el llamado de la organización internacional.

Cuando se cumplen dos meses del 11 de abril de 2002, primer día del intento de golpe de Estado en el que resultaron muertos diecisiete civiles, Reporteros Sin Fronteras está preocupada por las pocas informaciones proporcionadas por las autoridades sobre el grado de avance de la investigación sobre la muerte de una de las víctimas, el reportero gráfico Jorge Tortoza (fotos), del Diario 2001. La organización pide a las autoridades venezolanas que movilicen todos los recursos necesarios para que sean identificadas y castigadas la persona, o las personas que dispararon sobre el periodista.

La preocupación de Reporteros Sin Fronteras es aun mayor porque, en la misma jornada, resultaron heridos otros seis reporteros gráficos y camarógrafos. Según varios testimonios, durante la jornada del 11 de abril los periodistas fueron un objetivo específico. Tampoco han dado resultado las investigaciones sobre los casos de periodistas heridos.

Mientras, entre la propia prensa, persisten las diferencias entre partidarios y adversarios del presidente Chávez, Reporteros Sin Fronteras hace una llamada al conjunto de los medios de comunicación para que se unan para pedir que se aclare la muerte de Jorge Tortoza. Recordando que los reporteros gráficos heridos el 11 de abril pertenecen a medios de comunicación de distintas tendencias, la organización ha precisado que «la impunidad es un asunto de todos».

En el momento en que, en Caracas, circulan nuevos rumores de golpe de Estado, Repor-

teros Sin Fronteras quiere recordar que condena con firmeza el intento de golpe de Estado del 11 de abril que provocó, durante tres días, la caída de Hugo Chávez, elegido para la presidencia en diciembre de 1998, y reelegido en julio de 2000. «Lo mismo que la libertad de prensa, el respeto de los resultados electorales constituye uno de los pilares de la vida democrática», declaró Robert Ménard, secretario general de la organización. Este también se ha manifestado indignado por la censura y las presiones de que fueron víctimas tanto los medios de comunicación privados, por parte del presidente Chávez, el 11 de abril, como algunos medios públicos, por parte de los autores del golpe de Estado, los días 12 y 13 de abril. El 12 de abril, entre otras, algunos elementos de la Policía Metropolitana, controlada por el alcalde Alfredo Peña (oposición) impidieron que el personal del canal público Venezolana de Televisión, de línea oficialista, pudiera continuar con la programación.

Jorge Tortoza: muerte de un fotógrafo experimentado

Jorge Tortoza, reportero gráfico de Diario 2001, murió el 11 de abril de 2002, a consecuencia de unos disparos, mientras cubría las manifestaciones organizadas por la oposición para protestar contra la política del gobierno del presidente Hugo Chávez, y que provocaron su caída. Cuando el fotógrafo marchaba a la cabeza del cortejo de manifestantes, una bala de 9 mm. le hirió gravemente en la cabeza. Trasladado al hospital Vargas, murió hacia las 21h30, después de que le fuera practicada una operación quirúrgica. Jorge Tortoza trabajaba en el Diario 2001, desde hacía más de diez años. Anteriormente, había trabajado en el laboratorio de fotografía de la policía judicial.

Dos meses más tarde, se sabe poco de los avances de la investigación. Los tres sospechosos, detenidos momentáneamente poco después de la muerte del periodista eran, de hecho, miembros del grupo de prensa Bloque de Armas, al que pertenece Diario 2001. Se les acusaba de haberse apoderado de la máquina fotográfica de Tortoza, que le habían retirado a la víctima para llevarla al periódico. El 12 de abril se le practicó una autopsia. Al regreso del presidente Chávez a la jefatura del Estado, se nombraron nuevos fiscales para el caso de las víctimas del 11 de abril. Desde entonces, la investigación avanza lentamente. La reconstrucción de los hechos (planimetría) no se llevó a cabo hasta el 26 de abril, dos semanas después de los sucesos. Por otro lado, todavía no han sido interrogados por lo menos dos testigos: Amilcar Chourio, el chófer de Diario 2001 que acompañaba al periodista, y Jenny Oropeza, una colaboradora cercana a Tortoza en Diario 2001, que le acompañó durante una parte de la jornada del 11 de abril.

La organización venezolana de defensa de los derechos humanos Cofavic, que está apor-

tando un apoyo jurídico a las familias de las víctimas, publicó un comunicado firmado por ellas, denunciando «la falta de resultados concretos relativos a las investigaciones.» «No contamos con ninguna información oficial sustantiva que pueda ofrecernos calma y confianza en nuestra intención de procurar justicia», se lamentan las familias que piden que sean «equipos de expertos internacionales» quienes lleven a cabo «las experticias y exámenes a que haya lugar para esclarecer» las muertes. Igualmente piden «inmediato acceso a los exámenes médico-forenses», antes de hacer una llamada a la sociedad venezolana para que se una a sus esfuerzos por «despolitizar» los crímenes. Sin embargo, Cofavic constata que la muerte de Jorge Tortoza ha sido uno de los pocos casos de homicidio, cometido el 11 de abril, del que se ha hecho una reconstrucción.

¿Consignas de disparar sobre los periodistas ?

El 11 de abril, al menos otros seis reporteros gráficos y camarógrafos resultaron heridos, cuando cubrían la manifestación de la oposición. Jonathan Freitas, del diario Tal Cual, resultó herido levemente en el brazo. La bala terminó su trayectoria en el teléfono móvil del periodista. José Antonio Dávila, técnico de un equipo del canal CMT, resultó herido de bala en la rodilla, cuando grababa imágenes de la manifestación desde el tejado de un inmueble. Ha confiado a Reporteros Sin Fronteras que está convencido de que los disparos seguían con precisión sus desplazamientos. Por otra parte, una reportera gráfica cuenta que un guarda de honor de casa militar, asignado a la protección del palacio presidencial, le dijo, aquel día: «Guarda esa cámara porque la orden es disparar a todos los que tengan cámara». También resultaron heridos de bala Enrique Hernández, de la agencia pública Venpres, Luis Enrique Hernández, del diario Avance y Jorge Recio, asistente del fotógrafo free lance Nelson Carrillo. Según un colectivo de fotógrafos, creado después de los acontecimientos, Jorge Recio resultó afectado en la columna vertebral, y quedará parálítico. Por su parte, Miguel Escalona, del diario El Carabobeño, fue golpeado en la cabeza con un bate de béisbol, y le robaron el material. Finalmente, también resultó herido de bala un agente de la Disip (policía política), que grababa imágenes de la manifestación.

Reporteros sin Fronteras (RSF) defiende a los periodistas encarcelados y la libertad de prensa en el mundo, o sea el derecho de informar y estar informado, en conformidad con el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos. RSF cuenta con nueve secciones nacionales (Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Reino Unido, Italia, Suecia y Suiza), con representaciones en Abiyán, Bangkok, Buenos Aires, Estambul, Montreal, Moscú, Nueva York, Tokio, y Washington, y con un centenar de corresponsales en el mundo.

VENEZUELA - INFORME ANUAL 2002 REPORTEROS SIN FRONTERAS (WWW.RSF.ORG)

Continúan los repetidos ataques verbales de Hugo Chávez contra la prensa aunque, sin embargo, no van seguidos de actos de represión. Sin embargo, la política de intimidación del Presidente adopta nuevas formas: amenaza de retirar la licencia de emisión a un canal de televisión, amenaza de rectificación impositiva, proyecto de adopción de una ley liberticida...

De nuevo, este año, el presidente Hugo Chávez no cesó de atacar a los medios de comunicación. Presentándose como un presidente cercano a las clases populares acusó, en febrero de 2001, a «un grupito de cuatro o cinco personas que por años acumularon dinero y poder mediático» de estar encabezando una «conspiración» para no informar sobre los éxitos de su administración. Algunos días antes, durante una ceremonia, exclamó «abajo los periodistas y el capitalismo». En el mes de enero, criticó igualmente a Miguel Henrique Otero, director del diario El Nacional, culpable según él de estar haciendo el juego a «intereses perversos», después de que éste le acusara de acumular poderes. Los medios de comunicación, prácticamente convertidos en la única voz de oposición tras la casi desaparición de los partidos políticos tradicionales, ampliamente desacreditados por cuarenta años de reparto del poder, replicaron a la actitud del Presidente uniéndose a una huelga general de protesta, lanzada el 10 de diciembre por organizaciones patronales y obreras.

A imagen de Teodoro Petkoff, director del diario Tal Cual, los patrones de la prensa reconocen, sin embargo, que el intolerante discurso de Chávez no se ha traducido en hechos represivos contra los medios. Sin embargo, este año se esgrimieron nuevas amenazas contra diferentes medios. El canal de televisión Globovisión fue amenazado con la retirada de su licencia por haber emitido una información falsa aunque el canal publicó, inmediatamente, un desmentido. Igualmente, el Presidente amenazó con denunciar al grupo de prensa Grupo Capriles, como sospechoso de estar evadiendo al fisco. Desde el mes de abril de 2001, está pendiente la adopción de una ley sobre el contenido de los programas de radio y televisión.

Finalmente, el funcionamiento de la justicia es otro motivo de inquietud. En dos asuntos de prensa, las decisiones de los tribunales venezolanos fueron objeto de recurso ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), por violación de los derechos de los periodistas. Por otra parte, el concepto de «información oportuna, veraz e imparcial», garantizado por la nueva Constitución, adoptada en diciembre de 1999 por iniciativa del Presidente, pesa sobre la prensa como una espada de Damocles. El 12 de junio, el Tribunal Supremo de Justicia lo defendió en una resolución que priva a los periodistas del derecho de réplica justo cuando son atacados por el Presidente en su programa dominical «Aló Presidente»,

difundido por la emisora pública Radio Nacional de Venezuela.

Periodistas agredidos

El 21 de noviembre de 2001, varios periodistas fueron agredidos mientras cubrían un enfrentamiento entre opositores y partidarios del gobierno de Hugo Chávez. Entre ellos, David Pérez Hansen, reportero del canal de televisión RCTV de Caracas, y un camarógrafo del canal nacional Globovisión, fueron golpeados por algunos manifestantes.

Presiones y trabas

El 8 de febrero de 2001, La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) recomendó a las autoridades venezolanas que adoptaran medidas conservatorias para garantizar la libre circulación y la libertad de expresión de Pablo López Ulacio, director del semanario La Razón. El Estado venezolano se negó a aplicar la decisión de la CIDH, argumentando que constituye «un intento de ingerencia en los asuntos internos de Venezuela». Pablo López Ulacio se encuentra refugiado en Costa Rica desde que, en agosto de 2000, un juez ordenó que fuera puesto en situación de residencia vigilada por haberse negado a acudir a una audiencia de su proceso. El director de La Razón fue denunciado por «difamación» por la empresa Multinacional de Seguros, a la que acusó de obtención irregular de mercados públicos. El abogado del periodista justificó la actitud de su cliente por la falta de «las más mínimas garantías de imparcialidad por parte de las autoridades judiciales», esgrimiendo las presuntas conexiones entre el propietario de Multinacional de Seguros y varios altos responsables del poder judicial, así como con el presidente Hugo Chávez. En junio de 2000, otro juez ya había prohibido al periódico que publicara artículos sobre Multinacional de Seguros.

El 18 de mayo, el programa de radio «Responda, Mundial pregunta», emitido diariamente por la radio pública YVKE Mundial, fue suspendido sin que se explicaran las razones. Según Fernando Silva, presentador del programa, la medida venía a sancionar las revelaciones efectuadas en el programa sobre supuestos contratos fraudulentos firmados por el alcalde de Caracas, Alfredo Peña, ex ministro del presidente Chávez.

El 25 de mayo se declaró un incendio en las instalaciones del diario La Opinión, en San Carlos, Estado de Cojedes (a 300 km. al sudoeste de Caracas). Rafael Oviedo, director y editor del periódico, acusó al gobernador del Estado y supuesto delfín del presidente Chávez, Johnny Yanes Rangel, de ser el inductor del incendio. Añadió que el gobernador intentaba provocar la quiebra del diario, retirándole cualquier publicidad oficial. El periódico es conocido por su oposición al gobernador, quién, por su parte, acusó al propietario de haber provocado el incendio él mismo, y pidió que se abriera una investigación.

El 9 de junio, durante una manifestación organizada por el Partido Comunista y retransmitida por la televisión, Hugo Chávez acusó a

determinados medios de comunicación de hacer declaraciones falsas de impuestos y anunció que acudiría a los tribunales para «restaurar la ética, la razón y la verdad en el periodismo». Después, en su programa de radio «Aló Presidente», emitido por Radio Nacional de Venezuela, acusó al grupo de prensa Capriles, que entre otros publica los diarios Últimas Noticias y El Mundo, de estar practicando una evasión fiscal.

El 10 de junio, en su programa «Aló Presidente», Hugo Chávez anunció que los visitantes extranjeros que le faltaran al respeto en sus declaraciones a los medios de comunicación, serían inmediatamente expulsados de Venezuela. Algunos días antes, la dirigente política peruana Lourdes Flores, manifestó ante la prensa su preocupación por el futuro de las libertades en Venezuela, estableciendo un paralelismo entre la evolución autoritaria del régimen del ex presidente peruano Alberto Fujimori y la política del presidente Chávez.

El 12 de junio, el Tribunal Supremo de Justicia rechazó el recurso presentado por Elías Santana, periodista y presidente de la asociación Queremos Elegir, para conseguir el derecho de réplica en el programa de radio del presidente Hugo Chávez, «Aló Presidente», difundido por la emisora pública Radio Nacional de Venezuela. En la emisión del 27 de agosto de 2000, el jefe del Estado calificó a Elías Santana de «representante de un sector pequeñísimo de la sociedad civil». El Tribunal Supremo consideró que Elías Santana no podía pretender un derecho de réplica en el programa del Presidente porque tenía la posibilidad de dar a conocer su opinión en los dos medios de comunicación a los que tiene acceso, el diario El Nacional, donde es mediador, y la emisora Radio Capital. Por otra parte, el Tribunal Supremo, en los considerandos, defiende el artículo 58 de la Constitución, relativo al presunto derecho de los ciudadanos a «una información verídica, oportuna e imparcial». Igualmente, legitima la censura previa en caso de «propaganda de guerra» y mensajes «con carácter discriminatorio», o que animen a «la intolerancia religiosa». La resolución estipula finalmente que, cuando el derecho a la información entre en conflicto con otro derecho garantizado por la Constitución, deberán decidir los jueces. El 3 de julio, la alta jurisdicción confirmó su decisión, calificándola de «irreversible». En las semanas siguientes, Elías Santana y el Bloque de Prensa Venezolana, que agrupa a los patronos venezolanos de prensa, presentaron un recurso ante la CIDH. El 30 de julio dimitió el representante del Estado venezolano en la CIDH, Herman Escarrá Malavé, negándose a defender la decisión del Tribunal Supremo porque estima que viola la Constitución y las leyes internacionales.

El 18 de octubre, la Comisión Venezolana de Telecomunicaciones (Conatel), institución pública encargada de la concesión de frecuencias, informó al canal de televisión Globovisión de la apertura de una investigación administrativa, por «difusión de noticias falsas». Sobre el canal pesa la amenaza de retirada de licencia. A finales de septiembre, con la información facilitada por un taxista, dijo, erróneamente, que

habían muerto ocho taxistas. Informado de su error, el canal inmediatamente publicó un desmentido, pero la información ya había provocado manifestaciones de taxistas en la capital. El 3 de octubre, el presidente Chávez afirmó que no se trataba de «un error sino de una traición» y, con palabras veladas, amenazó a la dirección del canal con retirarles la licencia de emisión para preservar «el interés nacional y la verdad». A fecha 1 de enero de 2002, Conatel todavía no había hecho pública su decisión.

En noviembre, se presentó ante el Tribunal Supremo un recurso de revisión contra el no haber lugar pronunciado, un año antes, por esa institución a favor de Ben Ami Fihman y Faitha Nahmens, respectivamente director y reportero del mensual Exceso. Para la dirección de Exceso, este nuevo procedimiento demuestra que los medios de comunicación trabajan bajo la amenaza de que se vuelvan a abrir sus antiguos procesos. Igualmente, teme que los querellantes aprovechen sus relaciones en el seno del gobierno para conseguir un veredicto favorable. Ben Ami Fihman y Faitha Nahmens fueron acusados de «difamación» por la familia de un comerciante a raíz de un artículo, publicado en junio de 1997, sobre el asesinato de este último por asesinos a sueldo. El 18 de octubre de 2000, después de tres años de procedimientos muy costosos para la publicación, el Tribunal Supremo finalmente pronunció un no haber lugar, a causa de las irregularidades que marcaron el procedimiento.

El 23 de noviembre, los soldados bloquearon las calles aledañas del periódico Así es la Noticia, en Caracas, mientras se presentaban en la sede del diario el comandante en jefe del ejército, general Cruz Weffer, el ex gobernador del Estado de Apures, Jesús Aguilarte y la ex reina de belleza, Betzabé Zárraga, para exigir de Ibéyise Pacheco, directora del periódico, la publicación de un derecho de réplica a sus denuncias sobre los supuestos gastos suntuarios del general, mientras era responsable del Plan Bolívar 2000, un programa gubernamental de desarrollo y ayuda social. Ibéyise Pacheco también publicó artículos sobre las supuestas relaciones sentimentales de Betzabé Zárraga con el general Cruz Weffer y Jesús Aguilarte. El mismo día, Marianella Salazar, editorialista del diario Tal Cual y periodista de la radio Jazz 95 FM, recibió una carta del general Cruz Weffer, pidiendo la rectificación de una información que le concernía. Siempre el 23 de noviembre, Marta Colmina, de la emisora Unión Radio, y Patricia Poleo, del diario El Nuevo País, dos medios de comunicación de Caracas, recibieron sendas cartas del general Melvin Pérez, comandante de la guarnición de Caracas, exigiendo poder ejercer el derecho de réplica, tras haber sido acusado por las dos periodistas de presuntas irregularidades durante el tiempo que fue responsable de la puesta en marcha del Plan Bolívar 2000, en el Estado de Monagas (a 500 km. al este de Caracas). El 28 de noviembre, y en el transcurso de una conferencia de prensa, tres de las cuatro periodistas denunciaron maniobras por parte de los oficiales, destinadas a intimidar a sus fuentes en el seno del ejército.

La Revista *Comunicación* del Centro Gumilla aceptará trabajos en calidad de colaboraciones para sus secciones de Entrada, Estudios, Informaciones y Reseñas de libros, siempre y cuando estén referidos al tema de la comunicación y sus diferentes orientaciones, y representen una perspectiva crítica y alternativa. Es indispensable que los trabajos enviados se apeguen a lo estipulado en los requisitos aquí expuestos.

El envío de una colaboración no garantiza su publicación. Los trabajos recibidos serán evaluados por el Consejo de Redacción, quien determinará si pueden ser publicados. Eventualmente el Consejo de Redacción realizará sugerencias de cambios a los trabajos que lo ameriten; sin embargo, quedará a juicio del autor si quiere realizarlos, y si se compromete a entregar el original modificado en el plazo convenido. El Consejo de Redacción notificará al autor, previo a la publicación, que su trabajo ha sido aceptado. Los trabajos para la sección Estudios son arbitrados.

Los materiales enviados deberán ser preferiblemente inéditos y en lengua castellana. Si algún autor envía un trabajo que ya ha aparecido en otra publicación o que está comprometido, deberá consignar una autorización que permita a *Comunicación* su publicación.

Los materiales podrán ser enviados por correo ordinario o electrónico a las respectivas direcciones:

Revista *Comunicación*

Centro Gumilla. Edificio Centro Valores, local 2, esquina de la Luneta, Altagracia. Apartado 4838 Caracas 1010-A – Venezuela.
comunicación@gumilla.org.ve

En caso que el autor utilice el correo ordinario, el trabajo deberá ir acompañado de un diskette con el archivo.

Los trabajos deben ser remitidos en Word 98 ó 2000 para PC o su compatible en Macintosh. La fuente debe ser Times New Roman de 12 puntos, y doble espaciado. Los intertítulos deben ir en negritas y subrayados.

Los trabajos para la sección *Entrada* tendrán que oscilar entre 20 mil y 25 mil caracteres con espacios (13 a 17 cuartillas). Los *Estudios* oscilarán entre 40 mil y 60 mil caracteres con espacios (27 a 40 cuartillas). Las reseñas y las informaciones no deberán pasar de 6 mil caracteres con espacios (4 cuartillas).

Las entradas deben venir acompañadas de un sumario no mayor a 70 palabras. Los estudios deben tener un resumen que oscile entre las 100 y 120 palabras; y en la medida de lo posible su traducción al inglés (Abstract). También es conveniente que tanto en las entradas como en los estudios señale el autor un máximo de seis palabras claves, a los efectos

de su registro en la base de datos de la publicación.

No será permitido el uso del subrayado como técnica para resaltar una información dentro de los textos. Para tales efectos se sugiere el uso de las cursivas. Asimismo, tampoco se aceptará el uso de las negritas para resaltar nombres, marcas, títulos de obras, entre otros.

Las notas y las referencias bibliográficas deben ubicarse al final del texto. No se aceptarán notas al pie de página. La bibliografía debe presentarse, lo más breve posible, de acuerdo al siguiente sistema:

- **Para libros con un sólo autor:**

Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora.

Ejemplo

DÁVALOS, Lorenzo (1992): *Cultura y filantropía empresarial*. Caracas: Ediciones IESA

- **Para libros con dos autores:**

Apellido del primer autor en mayúsculas, nombre del primer autor en altas y bajas y Apellido del segundo autor en mayúsculas, nombre del segundo autor en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora

Ejemplo

MONCLÚS, Antonio y SABÁN Carmen (1997): *La escuela global*. Madrid: Fondo de Cultura Económica / Ediciones UNESCO

- **Para colaboraciones en libros**

Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año) "título del trabajo entre comillas". En: Nombre y apellido del autor en altas y bajas: *título del libro en cursivas*. Ciudad: Casa Editora. Páginas.

Ejemplo

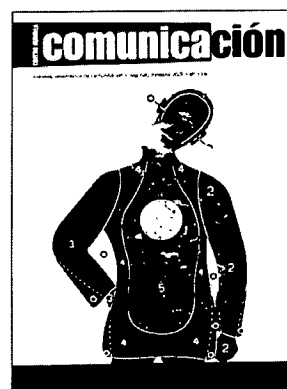
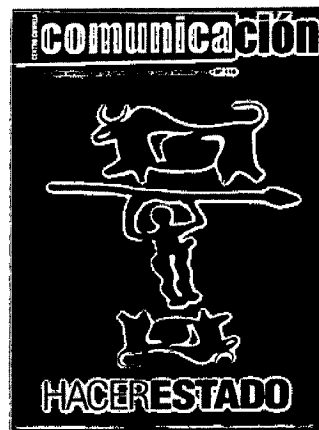
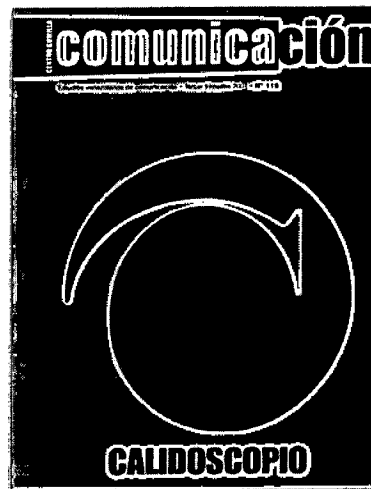
GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999): "El Consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coordinador): *El consumo cultural en América latina*. Santa-fé de Bogotá: Convenio Andrés Bello. pp 26-47

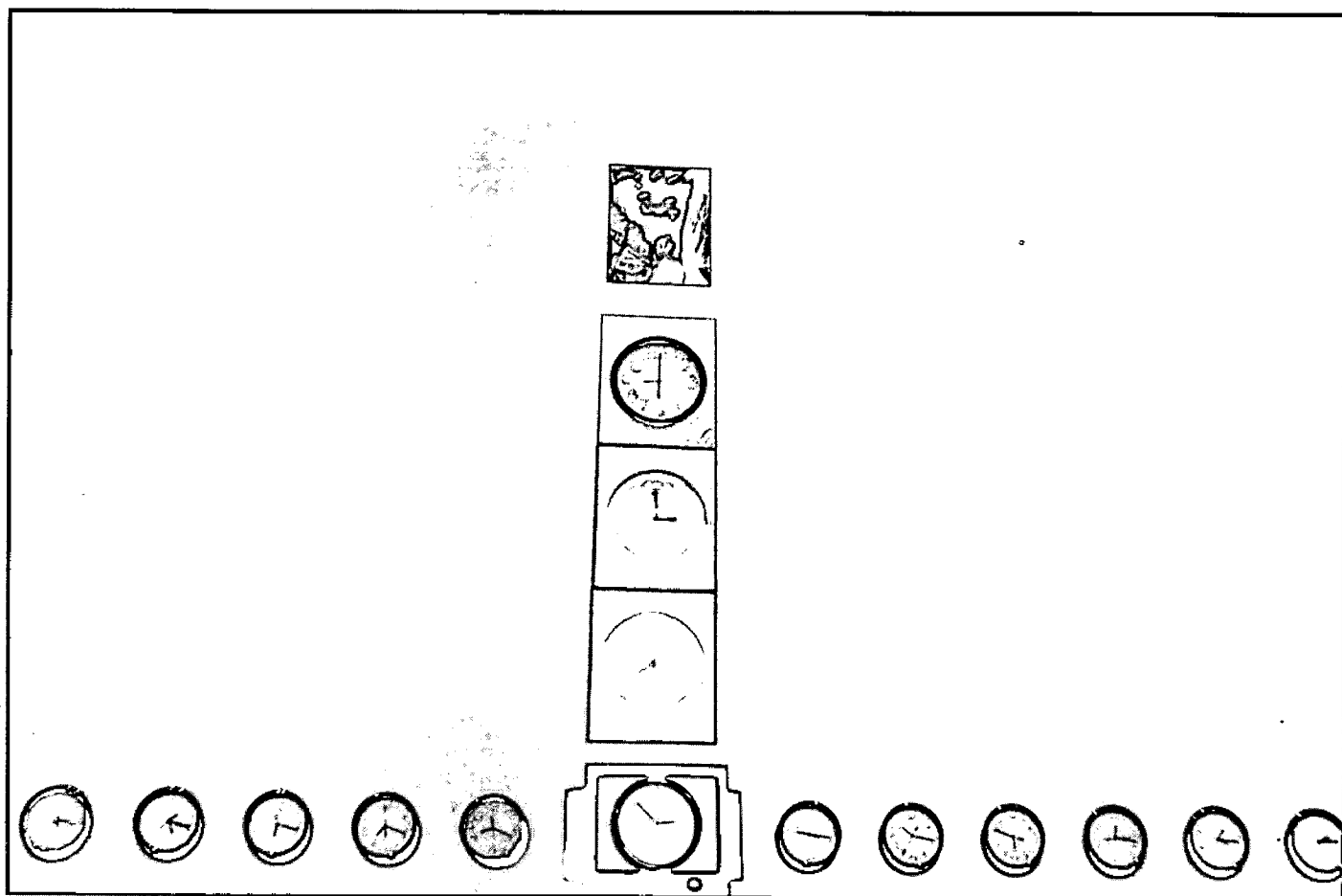
- **Para artículos en revistas**

Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año): "título del trabajo entre comillas". En: *Título de la revista en cursivas*, volumen y número (en caso de tener ambos), páginas.

Ejemplo

GONZÁLEZ DE PACHECO, Rosa Amelia (2000): "Entre el Estado y el mercado: el sector sin fines de lucro". En *Debates IESA*, Vol. 5, Nº 4, pp. 47-51.





Galería de Papel. Códigos del tiempo. Instalación y Video-Art. Nan González.

Televisión. Reseña y prospectiva

A partir de los sesenta la tecnología del video emerge en el campo del arte. Una actividad comercial: la aparición en el mercado a nivel masivo de las primeras cámaras de video portátil marca Sony, abre la puerta a los artistas del ensamblaje, del *happening* y el *fluxus* interesados en buscar nuevos caminos con el fin de superar las convenciones del expresionismo abstracto y de la televisión comercial. Desde ese momento, el aparato para grabar imágenes deja de ser un instrumento exclusivo de las empresas televisoras y pasa a formar parte del equipo de cualquier ciudadano. Wolf Vostell y Nam June Paik nacidos en el mismo año (1932), el primero en Alemania y el otro en Corea, inician la invasión catódica en el mundo del arte. Nace así el video arte, movimiento que con sus transformaciones técnicas y estéticas abrirá nuevos espacios como el de la video-escultura, video-instalación y el video-performance, revelando salidas inéditas al arte contemporáneo.

La invasión de los rayos catódicos en el terreno del arte impacta en nuestro país en 1975, cuando el Museo de Arte Contemporáneo de Caracas realiza la muestra *Arte en Video*, exposición que dejó ver una serie de piezas de artistas internacionales involucrados con este nuevo medio. Esa oportunidad nos puso en contacto con la obra de dos de las figuras más importantes de la vanguardia internacional: Nam June Paik, quien ya en 1959 había destrozado dos pianos y varios violines en un concierto y Charlotte Moorman, quien realizaba performances en los que tocaba el violoncello con los senos desnudos, razón por la cual había sido detenida junto con Paik, en varias oportunidades, bajo el cargo de «atentado al pudor». Durante la muestra en Caracas, Charlotte Moorman interpretó *TV Bra for Living Sculpture*, de Nam June Paik, imagen que aún vive fresca en la memoria del colectivo que asistió a ver por primera vez a un video-performance.

Una figura clave, con muy poco reconocimiento, en el desarrollo del video arte en nuestro país la constituye sin duda alguna Margarita D'Amico. Su Libro *Lo Audiovisual en Expansión*, provocó una verdadera revolución en el ámbito académico y artístico. Siempre en contacto directo con los festivales de arte de vanguardia de Estados Unidos y Europa, en los cuales había establecido amistad con los grandes del movimiento *fluxus*: Paik, Jhon Cage, Yoko Ono y Jhon Lennon, entre otros. Su amplio conocimiento sobre la materia la lleva a coordinar la «Muestra de Video del Festival de Caracas» en la UCV en 1979. Gracias a los artículos e informaciones de Margarita D'Amico aflora a la superficie lo que era una actividad subterránea y apenas en desarrollo. De esta manera se hacen visibles los pioneros del video arte *made in Venezuela*. A partir de ese momento se abre un nuevo espacio, una forma distinta de significar, de existir y de sentir la experiencia del arte por medio del video.

Nan González, artista de amplia formación académica, con innumerables muestras a nivel nacional e internacional, ganadora de importantes premios, siendo el último el Arturo Michelena 2001, es una figura de basta trayectoria entre nosotros en el desarrollo de los llamados nuevos lenguajes, no sólo como creadora de una variedad de propuestas que implican el uso del video en sus diferentes modalidades, sino también en su trabajo de investigación y actividad pedagógica, siempre en la búsqueda de propuestas que abran nuevos

espacios para un arte que aborde una cartografía del presente. Un arte más cercano al imaginario colectivo del momento comunicacional y tecnológico en que vivimos inmersos.

A finales de los setenta forma parte del dúo conocido como Yeni y Nan, quienes realizan una serie de actividades en vivo en las cuales estaba implícito, con el gran rigor que las caracterizó, el lenguaje del concepto y la acción, dentro de su marcado interés por los problemas de la corporeidad humana y la existencia de los elementos fundamentales: el agua, la tierra y el aire. Este amplio periodo de trabajo compartido concluye en 1986, con una acción en las salinas de Araya. Luego vendrá su encuentro formal con el video como medio para la reflexión y el análisis, como proceso abierto a múltiples experiencias dentro de su intenso proceso creativo.

Al referirse a la actividad de Nan González en el campo del video, María Elena Ramos, investigadora del arte contemporáneo, señala en la presentación de la muestra *El Vuelo de Cristal* que: «Con el video va a encontrar Nan, desde 1988, las definiciones e identidades de su nueva época. Antes, durante sus performances con Yeni, el video era un elemento más, que se incorporaba al espacio de la acción, bien para reactualizar el pasado al traerlo a la acción presente y con ello convocar el poder de esa acción corporal para intervenir (y ser en) el tiempo; o bien para analizar el espacio corporal, traer un ojo o una mano a primerísimo primer plano y confrontar, en el ambiente todo de la acción, lo amplio y lo pequeño, el cuerpo y su geografía, el volumen global de lo corpóreo y la textura superficial de la epidermis. El video era, naturalmente también, idóneo documento posterior de la obra efímera. Vale observar aquí que en el ambiente de los lenguajes del concepto y de la acción, hacia cierta época de los 80 dejaron de ser los performances un centro de atracción para los artistas.

»Las acciones en vivo se fueron sustituyendo por las instalaciones, si bien algunas de ellas incorporaban al cuerpo humano algunas de ellas incorporaban al cuerpo humano *en acción* a través de las fotografías o de las pantallas del video. Las video-instalaciones fueron así, muchas veces, acciones corporales, en su momento hechas en vivo, pero no presentadas en directo, sino presentadas a través de un medio de comunicación, un canal apropiado, capaz de mostrar la intensidad de una epidermis desnuda y lacerada pero capaz de poner, entre esa epidermis y nuestra vida, la distancia del medio: la pantalla, su vidrio, su lenguaje, su tecnología. Así, cercanía del cuerpo y distancia del medio (Inter-medio) podían conjugarse bien en estas nuevas acciones, de las que Nan ha sido una interesada seguidora durante los últimos tres años».



VICTOR HUGO IRAZABAL
irazabalzu@yahoo.com

- **Venezuela y Televisión. El espectáculo visual de la modernidad**
- **Aportes para una agenda de investigación de la televisión venezolana**
- **El apagón analógico**
- **¿A qué se puede llamar hoy televisión pública?**
- **La regionalización del espacio televisivo: El caso europeo**
- **Medio siglo de besos y querellas. La telenovela nuestra de cada día**
- **Juan Nuño: comunicación, lenguaje y medios**
- **Televisión e investigación en Venezuela**
- **Estrategias pedagógicas para aprender a ver televisión**
- **La teleaudiencia venezolana: ¿una gran desconocida?**
- **En la mira internacional situación del periodista venezolano**