



## Reconversión *a la venezolana*



**Director**

Andrés Cañizález

**Consejo de Redacción**

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Andrés Cañizález

Gustavo Hernández

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

**Colaboradores**

Elsa Pilato

David De Los Reyes

Francisco Pellegriño

Acianela Montes de Oca

Carlos Delgado-Flores

**Impresión**

Ex Libris

**Suscripción**

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 30.000,00

Número suelto: Bs. 9.000,00

*Exterior*

Correo ordinario: US\$ 50,00

Correo aéreo América : US\$ 55,00

Otro país (aéreo): US\$ 60,00

**Forma de pago:**

*En Venezuela*

- Cancelando en nuestras oficinas
- Depositando, a nombre de:  
Fundación Centro Gumilla,  
en alguna de las siguientes cuentas:

**Banesco**

Cta. Cte. No.: 413-1-01041-4

**Banco Venezolano de Crédito**

Cta. Cte. No.: 001-0152283

(en este caso envíenos copia del depósito)

*En el extranjero*

- Remitiendo cheque en US \$  
a nombre de  
**Fundación Centro Gumilla**  
a nuestras oficinas.
- Realizando una transferencia  
en US \$ a la siguiente cuenta:  
Bank of New York  
ABA: 021-000-018  
Correspondent Services Corp.  
A/C 8900186968  
OBI=FBO: Fundación Centro Gumilla  
Acct: GY-13166

**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**



MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN  
CULTURA  
Y DEPORTES

VICEMINISTERIO  
DE CULTURA



CONAC



# comunicación

N° 127

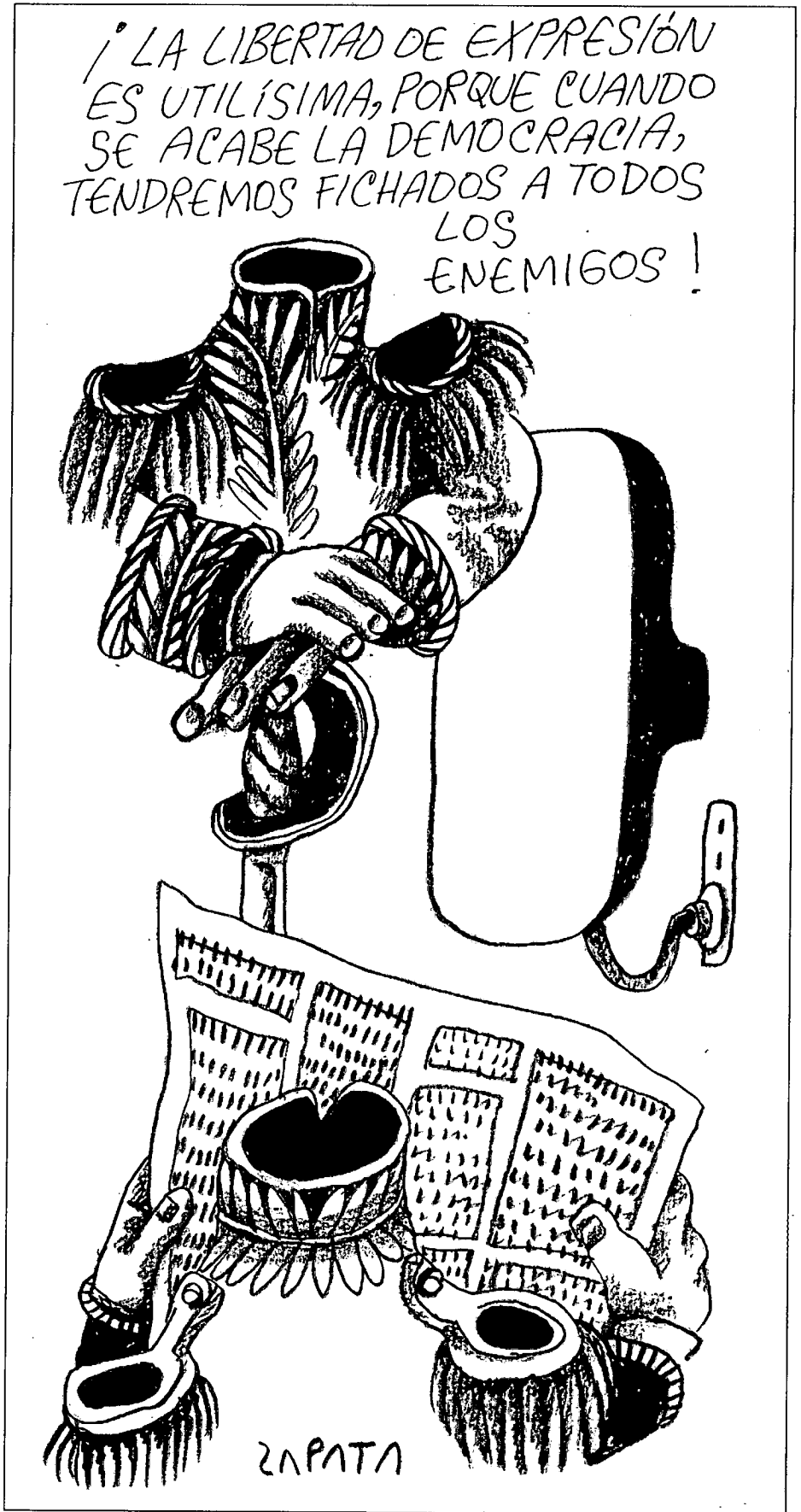
Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

<b>Presentación</b>		2
<b>Entrada</b>	<b>Breve historia económica de los medios venezolanos</b>	
	■ Francisco A. Pellegrino	4
	<b>Traigan de vuelta a los periodistas</b>	
	■ Alonso Moleiro	10
	<b>Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada</b>	
	■ Andrés Cañizález	14
	<b>Caracas pública, privada y de nadie</b>	
	■ Julio De Freitas	20
	<b>El lector venezolano y las políticas públicas para el libro y la lectura</b>	
	■ Carlos Delgado-Flores	24
	<b>Por un periodista con vocación de cazador furtivo</b>	
	■ Iván Alonso	32
	<b>Michel Maffesoli y el gusto por la invención de problemas</b>	
	■ Pedro Alzuru	38
	<b>Antonio Pasqualí: El medio de los medios</b>	
	■ David De los Reyes	44
<b>Estudios</b>	<b>Venezuela y su crisis: El contexto ineludible de los media</b>	
	■ Marcelino Bisbal	52
	<b>¿Consumir a pesar de la crisis?</b>	
	■ Agrivalca R. Canelón S.	64
<b>Hablemos</b>	<b>Elías Pino Iturrieta:</b>	
	<b>Los padres del pueblo, después del gran parricidio</b>	
	■ Sebastián de la Nuez	74
<b>Reseñas</b>		80
<b>Informaciones</b>		84
<b>Dossier</b>	<b>Venezuela informal</b>	
	■ Luis Britto García	86
	<b>Porque parece video la Verdad no escandaliza</b>	
	■ Ibsen Martínez	88



Galería de Papel. Pedro León Zapata. (El Nacional, 14-09-2003)



# Presentación

Venezuela ha estado inmersa, durante largos años, en una profunda crisis, la cual ha tenido expresiones en el terreno político, en la economía y la dimensión social. De forma más reciente tales expresiones han cobrado una mayor resonancia y lo mediático (en tanto empresas) y lo periodístico (en tanto ejercicio profesional) aparecen claramente como un factor más, en medio de una agudización del debate y la polarización políticos. Nada en el país parece escapar a la palabra crisis.

En el campo político se ha hecho palpable -por un lado- una transición inacabada, un nuevo modelo institucional que no termina de asentarse y dictar normas de juego duraderas y consensuadas, en tanto se profundiza una ausencia de actores de intermediación que gocen de credibilidad entre los ciudadanos. Durante la década de los 90 se dibujó con claridad tal debilidad en el sistema político, la cual caminó de la mano de una notable y creciente influencia de los medios de comunicación en la escena nacional. La pérdida de credibilidad en el mundo político-institucional tuvo su expresión, completamente en dirección contraria, para el universo periodístico-comunicacional. Así las cosas, se consolidó en aquellos años la influencia de medios y periodistas en el acontecer venezolano.

Ahora, en este 2004, la sociedad venezolana vive una crisis política que parece copar todos los espacios de la vida social, con expresiones excluyentes y polarizadas. La negación del otro, en el terreno del activismo político, también es expresión mediática, simbólica, con significativos medios de comunicación alineados con las agendas de los actores políticos, y medios estatales sin tapujos con la bandera de una parcialidad política obviando que son de todos los venezolanos.

Esta conjunción de factores, en momentos en los cuales el signo más característico de la vida nacional es la incertidumbre, nos llevó a titular *Reconversión a la venezolana* a este número 127 de la revista *Comunicación*. Se trata de un número centrado de forma casi exclusiva en miradas sobre el momento presente de Venezuela. Algunos de estos aportes, como viene sucediendo en nuestra sociedad, están en un nivel de radiografía, de examen de la situación y en sus líneas se encuentran interrogantes, que seguramente muchos lectores compartirán sobre los caminos y las opciones a seguir.

Desde el número 119, que titulamos *Venezuela: Crisis y Medios*, y que circuló a mediados de 2002, este eje ha sido parte importante de diferentes artículos y estudios en los últimos dos

años. Cuando *Comunicación* se aproxima a las tres décadas, a celebrarse en el primer trimestre de 2005, consideramos que las reflexiones recogidas sobre nuestro país en los últimos números de la revista, son aporte sustancial para aproximarse y analizar la dimensión comunicación de esta prolongada crisis venezolana.

En esta entrega, *Reconversión a la venezolana*, un primer artículo apunta a una revisión de los medios en el país en una dimensión histórico-económica, se trata de *De la aceptación social a la concentración de capital*, de Francisco A. Pellegrino. Un joven reportero, Alonso Moleiro, pide en su trabajo que *Traigan de vuelta a los periodistas (y al periodismo)*. Por su parte, Andrés Cañizález, en su *Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada*, analiza lo vivido en los últimos meses en medio de la polarización.

La confrontación política, por otro lado, parece haber cobrado víctimas entre los ciudadanos, al menos así se ha evidenciado en la capital venezolana, que vive un momento muy particular como lo refleja *Caracas, pública, privada y de nadie* del antropólogo Julio De Freitas. En tanto, Carlos Delgado-Flores revisa el mundo editorial nacional en *El lector venezolano y las políticas públicas para el libro y la lectura*.

La sección Estudios de nuestra revista recoge dos aportes que bien apuntan en relación con expresiones de lo que se está viviendo hoy en el país. Por un lado, Marcelino Bisbal con *Venezuela y su crisis: El contexto ineludible de los media*, aborda la cuestión de la participación ciudadana mediada por la dimensión tecnológica-comunicacional, teniendo muy presente las particularidades del accionar político de los media. En el otro estudio, Agrivalca Canelón trata de responder a la pregunta que da título a su texto *¿Consumir a pesar de la crisis?*, en el que pone atención en el panorama venezolana, cuya prolongada crisis ha hecho mella en la capacidad de consumo.

Del mismo modo, este número contiene los artículos *Por un periodista con vocación de cazador furtivo*, de Iván Alonso; *Michel Maffesoli y el gusto por la invención de problemas*, de Pedro Alzuru; y *Antonio Pasquali: El medio de los medios*, de David De los Reyes. En la sección Hablemos, el periodista Sebastián de la Nuez recogió un intercambio que sostuvieron los miembros del Consejo de Redacción de *Comunicación* con el historiador Elías Pino Iturrieta.

*Tanto en la historia de los medios de comunicación venezolanos como en la del resto del mundo hay que apuntar que en un principio el lucro económico no era el objetivo de los primeros editores de los periódicos. Privaba más un interés por apoyar y defender una causa política. En el específico caso venezolano, a partir de la mitad del siglo XX se inicia una nueva etapa de expansión de las industrias mediáticas que llegará a caracterizarse por la conformación de grandes grupos familiares que han monopolizado el sector de las Industrias Culturales. Ante este panorama, el autor deja abierta la pregunta de si es posible otra mirada al sector con una nueva naturaleza que no sea la estrictamente económica.*

■ Francisco A. Pellegrino





# Breve historia económica de los medios venezolanos:

## De la aceptación social a la concentración de capital

Una reseña histórica, por sinóptica que esta sea, obliga a resolver un primer problema, el de establecer una medida lógica que permita separarla en etapas claramente diferenciadas entre sí.

Por ser el caso que nos ocupa el de una historia económica, de esa misma naturaleza debe ser el parámetro. Es por ello que se adoptó, como línea divisoria, el momento a partir del cual la consecución del lucro se convirtió en el objetivo manifiesto de los propietarios de los medios; y como hito, el término de la 2da. Guerra Mundial cuando, ya no cabe duda, es la rígida lógica económica la que anima y determina a las modernas industrias culturales.

Es así como, en la Venezuela de la inmediata segunda posguerra, *había 14 diarios regionales (... y) 8 de circulación nacional (... que desde) 1946 (... funcionaron con base en) razones (...) sobre todo económicas*, según nos señala el periodista e investigador Eleazar Díaz Rangel, en "La prensa venezolana en el siglo XX". (Diccionario de Historia de Venezuela, p.591).

Hablaremos entonces de una "prehistoria" económica de los medios venezolanos desde 1764 a 1945, caracterizada por periódicos a través de los cuales sus propietarios perseguían dividendos de tipo político y de aceptación social, y de una etapa de historia económica, propiamente dicha, desde 1946 en adelante, lapso a partir del cual se diversifican los tipos de medios y el desarrollo económico del grupo propietario substituye a cualquier otro objetivo.

### PRIMERA ETAPA: 1764 - 1945

Pese a la controversia, aún no aclarada, respecto de en cuál Valencia, si la de España o la Nueva, donde José Luis de Cisneros editó la "Descripción exacta de la Provincia de Benezuela", queda claro, por su fecha de portada, que 1764 registra al menos el punto de partida de la circulación del primer impreso del país. (ibidem, p.273)

Sin embargo, es el 24 de octubre de 1808, cuando en la imprenta de Mateo Gallagher y Jaime Lamb, traída desde la cercana isla de Trinidad, se estampa el primer ejemplar de un medio impreso ciertamente venezolano: "La Gazeta de Caracas", nacido para *contar las verdades del Gobernador y Capitán General e Intendente del Ejercito y de la Real Hacienda* (ibidem, p.276). Este órgano de expresión extiende su vida hasta 1821, pasando, en varias ocasiones, de mano de los realistas a los patriotas y viceversa, pero *manteniendo al erario público como su única fuente de financiamiento*.

La siguiente iniciativa ya es impulsada por un emprendedor privado. Con la denominación Juan Baillío y Cía., en 1810, se funda una imprenta donde se edita la primera prensa por suscripción. Cualquiera de estos periódicos, como "Semanaario de Caracas", "El Mercurio Venezolano" o "El Publicista de Venezuela" *podían sostenerse con apenas veinte suscriptores*, eso si *los señores suscriptores cancelaran la deuda*. Por ello, pronto comenzaron a cobrar por publicidad, a través de anuncios o avisos del tipo: *se escapó un esclavo que pertenece a (...)*

*Los medios de comunicación han ido transformando la sociedad y las relaciones internacionales de manera permanente y efectiva desde el término de la II Guerra Mundial*

MORAGAS

La apertura de la nueva carretera a La Guaira, en 1840, infundió un aire renovado a los intercambios comerciales de la Caracas de los techos rojos, logrando un abaratamiento del transporte de un bulto de mercancía, desde el puerto, de 100 dólares americanos hasta 20. Una nueva clase comercial acomodada se suma a la de los artesanos y a la de los burócratas, esta última muy inestable por las vicisitudes políticas de la época.

Durante la segunda mitad del siglo XIX, para los nuevos ricos, independientemente del origen de esa riqueza, había un pregón dispuesto a alcanzarlos todos. A favor de este *incipiente mercadeo directo*, además del uso de aquel que le leía a varios oyentes, jugó también un incremento del alfabetismo, gracias a las escuelas nocturnas para los adultos. El apetito por información política, logró que los pregones vendieran por la tarde en 5 bolívares (sería interesante establecer su valor actual), una emisión del periódico antiguzmancista "El Yunque", que por la mañana, se colocaba por un centavo.

En 1899, se concreta una fórmula de coparticipación *mixta, pública y privada*. "La Gaceta de Venezuela" con subsidio del estado, es encomendada a un editor particular, quien se encargó de la impresión y, por su cuenta, usó la última página para las noticias de sociales, con el fin de estimular la vida pública.

Sin embargo, durante este primer periodo histórico-económico, ningún impresor hizo fortuna, todos los periódicos fracasaron, incluyendo a los longevos "La Opinión Nacional", de 1869 a 1892, *impreso en los vastos talleres ya industriales de Fausto Teodoro de Aldrey* (ibidem, p.587), el cual *sobrevive sólo por la subvención del guzmanato* y "El Cojo Ilustrado", de 1892 a 1915, dirigido por Jesús María Herrera Irigoyen, si bien los números 1 y 2 de los 559 editados se agotaron rápidamente. "El Cojo Ilustrado" es sin duda, la publicación periódica más importante de la época a nivel de Hispanoamérica y es representativa

del 'modernismo' que se iniciaba en nuestro país (...). Sus textos eran ilustrados con diversidad y cantidad de láminas nacionales y extranjeras (...). Eso fue posible en el orden técnico por la introducción en Venezuela de la *primera imprenta de fotograbado*. (ibidem, p.587)

En conclusión, las modalidades de financiamiento por subsidios estatales o de autofinanciamiento privado por suscrip-

“

En 1899, se concreta una fórmula de coparticipación mixta, pública y privada. "La Gaceta de Venezuela" con subsidio del Estado, es encomendada a un editor particular, quien se encargó de la impresión y, por su cuenta, usó la última página para las noticias de sociales, con el fin de estimular la vida pública

”

ción, pregón y publicidad, o las mixtas, no fueron en ningún caso suficientes para garantizar el sustento económico de estas iniciativas comunicacionales ya que los objetivos, en realidad, eran de otro orden.

En primer término el objetivo perseguido por los propietarios de periódicos era el de complementar su ascenso socioeconómico, alcanzando en muchas ocasiones partiendo de una posición muy humilde, requerían de "limpiar" sus orígenes, su "baja cuna", con un barniz de ilustración que les proporcionaba el ser editores. Se buscaba un "status" social expresado, en general, en una vida pública intensa, que

se manifestaba en las nuevas modas, en el embellecimiento urbano y todo aquello que favorecía la erradicación del recuerdo de España. Los neologismos franceses e ingleses, producto del plagio a prensa europea, se unían a las nuevas costumbres en la ropa y en la comida. Cabe interrogarse, desde un punto de vista económico, por qué este "desideratum" por la modernidad anglo-gala no llegó a abarcar también los postulados de la Revolución Industrial, en desarrollo por aquellas décadas en esos países europeos.

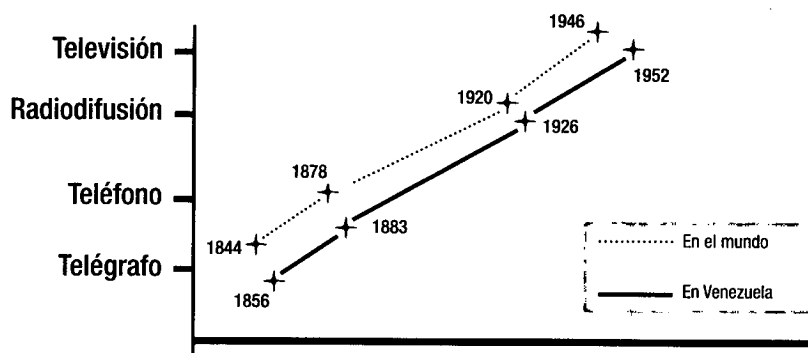
En segundo lugar, la necesidad de justificar una movilidad étnica. Como es el caso de Juan Vicente González, de mezcla afro-americana, quién sólo con la pluma y el dominio del verbo logró tutearse con presidentes. En otras palabras, fundar periódicos significaba la cima de la consagración y la segura pérdida económica era re-dituable en términos de prestigio.

La primera mitad del siglo XX se presenta de manera similar en cuanto a los aspectos económicos del periodismo venezolano. Nuevamente Eleazar Díaz Rangel nos señala que entre 1922 y 1957 aparecieron 79 diarios en el interior, pero sólo ocho (10%) subsistieron, en cambio, en el mismo lapso de los 40 años siguientes (1953-1993) aparecieron 95, de los cuales 68 (71%) continúan editándose.

## SEGUNDA ETAPA: 1946 - 1999

El año de 1936 marca el inicio de tiempos de transformación y de cierto florecimiento de la prensa y de la radio en Venezuela pues, por primera vez, se dan informaciones en los medios escritos, destinadas a retratar los cambios que comienzan a vivir-

**Cuadro I. Evolución de la telecomunicaciones en Venezuela**





se tras la muerte del *Benemérito*, además del regreso de los exiliados políticos y de las libertades, no plenas, que empezaban a ejercitarse.

El “boom” de la prensa escrita se caracterizó por la expansión y la especialización. Por un lado, lejos de mermar la aparición de publicaciones debido a sus altos costos, más bien crecieron o se reforzaron las ya existentes. Asimismo, paulatinamente comenzaron a aparecer periódicos y revistas especializadas en algunas áreas como mercadeo, economía, gerencia y negocios, a la par que esta tendencia hacia la especialización se comenzó a delinear, internamente, dentro de los grandes y tradicionales diarios.

Sin embargo, la culminación de esta especie de periodo de transición y el comienzo de la nueva etapa, puede ser ubicada en

Octubre de 1946 (cuando se funda la Escuela de periodismo, ahora Escuela de Comunicación, de la Universidad Central de Venezuela, que comienza a funcionar, en 1947, con un curso de dos años. (ibidem, p.290)

Igualmente, a partir de esa fecha, ya la inversión publicitaria se convierte, de manera definitiva, en la fuente principal de recursos financieros para impresos, radio, y unos años más tarde para la TV. Todas las publicaciones existentes y las fundadas posteriormente, habían desaparecido.

Lo que sigue es historia reciente (...) La aparición de familias acaudaladas como propietarias de importantes impresos; el surgimiento de grupos o cadenas que no sólo tienen periódicos sino que se convierten en ‘empresas multimediales’ de índole mercantil y la injerencia del sistema financiero y de las nuevas tecnologías comunicacionales (ibidem, p.290)

Finalmente, los inicios de la televisión en Venezuela datan del año 1952. Aunque el primer canal creado es “TVN-5”, que surge bajo el control directo del estado, el carácter comercial ha sesgado la historia de la pantalla chica. Más tarde, en 1979, durante la administración del presidente Luis Herrera Campíns, se decretó el uso del color en televisión, adoptándose el sistema estadounidense de color *NTSC-M*, mientras que en 1986 se liberó el uso de las antenas parabólicas, por parte de privados, para *bajar* señales televisivas extranjeras.

Para abarcar estos años, la historia económica debe transformarse en la de la cons-

## Cuadro 2. Cronología de la introducción de la TV en América Latina

1950	1955	1960	1965	1970
Argentina	Colombia	Costa Rica	Paraguay	Bolivia
Brasil	El Salvador	Chile		
Cuba	Guatemala	Ecuador		
México	Nicaragua	Panamá		
R. Dominicana	Uruguay	Perú		
Venezuela				

Fuente: Pellegrino, 2002, p.69.

titución, la consolidación y la concentración de capital de los grupos económicos propietarios de los grandes *canales* de TV.

### LOS GRUPOS ECONÓMICOS

Este conglomerado (la ODC) de 70 empresas (...) comenzó, (...) como una simple compañía de transporte en la zona oeste de Caracas, y a las puertas del siglo XXI (siete décadas más tarde) es punta de lanza de las telecomunicaciones y la industria del entretenimiento en Iberoamérica (...) Internacionalmente, las inversiones superan los 2.000 millones de dólares en la industria de la televisión (...) y esperan conquistar España y Portugal. De allí la idea de adquirir la televisora TVI de Portugal. (Producto N.191, p.161)

“Diego Cisneros (...) llega al país en 1928 a los 17 años de edad, sin fortuna personal”. La concesión de *Pepsi Cola Internacional* se presenta en 1939 y con ella el *holding* de la D. Cisneros y Cía. el cual con el tiempo se transformaría en la Organización Diego Cisneros (ODC). “Fue recién en 1960 (...) cuando compra el canal 4 de televisión de una operadora quebrada – “Televisa” – y lo transforma en “Venevisión” (Producto, No. 143, p.48)

Los años setenta, como para la mayor parte de los grupos económicos venezolanos, representan para la ODC el comienzo de su expansión en el mercado nacional, al mismo tiempo que se producía el relevo generacional de Diego hacia sus hijos Ricardo y Gustavo. Entre 1984 y 1991 el grupo se vuelca hacia la internacionali-

zación con la compra de las empresas norteamericanas *Evenflo* y *Spalding*, la asociación con la planta televisora latina “Univisión” y con la obtención de la cadena de supermercados caribeña Pueblo.

Finalmente y “en menos de cinco años, la ODC vendió aproximadamente el 50% de sus negocios en Venezuela – *Tio Rico*, *Yukery*, *Maxy’s* y *Cada* – con lo que el aporte de las operaciones locales al consolidado del grupo – 3 billones de dólares – se redujo apenas del 20%” (Gerente, VIII-1996, p.20). También se deslastró del 90% de las posesiones adquiridas en el exterior durante los ochenta, todo ello para reforzar su alianza estratégica con la *Hughes Communications* que le ha permitido una nueva concentración vertical en el área de las comunicaciones a través de *DirectTV* y *Galaxy Latin America*, esta última representó para el grupo, una inversión inicial de 65 millones de dólares.

El grupo económico Cisneros es lo más parecido, que tenemos en Venezuela, a las corporaciones multinacionales norteamericanas de las comunicaciones. La facturación de las industrias culturales del grupo, está aún a menos de medio camino de los niveles del más pequeño de entre los primeros 20 grupos comunicacionales de Estados Unidos, sin embargo, sus estructuras financieras, orgánico-funcionales y legales, son una réplica de aquellos y como aquellos buscan la conquista de mercados internacionales, con base en la rígida lógica económica.

Otro grupo, a la vez aliado y adversario de la ODC, es el Phelps, cuyos orígenes “pueden ubicarse durante los oscuros años de la dictadura de Juan Vicente Gómez, es-

pecíficamente en 1920, cuando se radica en Venezuela el investigador y científico norteamericano William H. Phelps” (Rodríguez y Vázquez, 1996, p.33). Ya para 1929, la familia constituía su primer holding empresarial **Sindicato Phelps, c.a.** a través del cual se consolidaban varias actividades económicas, desde el negocio de inmuebles al de automóviles.

La ampliación hacia el sector de las comunicaciones se remonta a 1930 cuando, con el apoyo de la empresa RCA, Phelps funda la **1-Broadcasting Caracas** (IBC), primera emisora comercial del país, que en 1936 asumirá su denominación definitiva: “Radio Caracas Radio” (RCR). El turno para la fundación de “Radio Caracas Radio” (RCTV) llegaría en 1953. A partir de ese momento “los Phelps controlaban un buen sector de la economía de la nación: las comunicaciones; por medio de ondas populares, Radio Caracas Radio y Radio Caracas Televisión; la importación automotriz, a través de El Automóvil Universal y la distribución de artefactos eléctricos, a través de El Almacén Americano”. (Producto, VIII-1995, p.35).

La expansión del negocio de la televisión durante los setenta favorece la consolidación del Grupo, al cual se han ido incorporando Marcel Granier, Peter Botto y Guillermo Tucker. Con los años ochenta, vendría el intento de participación en política con el grupo Roraima y la incursión en el único sector de las industrias culturales no explotado hasta ese momento por los Phelps con el “Diario de Caracas”. Mientras “la Proposición de País del Grupo Roraima no fue asumida por el Gobierno al que fue presentado, ni por el siguiente” (Producto, VIII-1995, p.45), El “Diario de Caracas”, después de 16 años apagaba las rotativas el 11 de julio de 1995 (luego de más de 12 recapitalizaciones de su estructura financiera).

Los Grupos multimediáticos Phelps y Cisneros han monopolizado de facto la Industria Cultural venezolana, gracias principalmente a sus plantas de TV. Conjuntamente concentran el 60% del negocio comunicacional del país.

Adicionalmente, en el sector se ha venido consolidando un nuevo actor, el Grupo Camero, el cual ha obtenido el control mayoritario de “Televén”, planta que capta hoy en día casi un 10% del total de la inversión en publicidad a pesar de las elevadas barreras de entrada al negocio, impuestas por “Venevisión” y “RCTV”. Omar Camero, socio fundador del canal “10” de Caracas, junto a su equipo de ad-

**Cuadro 3. Inversión publicitaria en Venezuela 1992-1999**

(Expresada en millones de US dólares)

1992	1993	1994	1995	1996	1998	1999
730	768	650	708	832	1.364	1.167

(Fuente: Pellegrino, 2002, p.74)

**Cuadro 4. Concentración económica en los medios venezolanos 1999**

Porción de la inversión publicitaria		
Edición audiovisual:	(Millones US \$ anual)	
GRUPO CISNEROS	34%	400 Aprox.
GRUPO PHELPS	26%	300 Aprox.
GRUPO CAMERO	9%	100 Aprox.
Edición audiovisual:		
GRUPO DE ARMAS	5%	60 Aprox.
GRUPO CAPRILES	4%	45 Aprox.
GRUPO MATA	3%	35 Aprox.
GRUPO OTERO	2%	25 Aprox.

(Fuente: Pellegrino, 2002, p.98)

“

**Los Grupos multimediáticos Phelps y Cisneros han monopolizado de facto la Industria Cultural venezolana, gracias principalmente a sus plantas de TV. Conjuntamente concentran el 60% del negocio comunicacional del país**

”

ministración ha logrado sorprender en segmentos de mercado que en principio no resultaban interesantes ni al “2” ni al “4” (Phelps y Cisneros respectivamente): transmisión 24 horas, producción nacional, series extranjeras de la TV por cable,

infomerciales, programas de opinión dominicales, telenovelas brasileras de impecable factura, etc. (paradójicamente las producciones “*brasileiras*” fueron introducidas por primera vez en la programación venezolana por el canal 5 del Estado)

Ya al cierre de este periodo 1946-1999, Guillermo Zuloaga y Alberto Federico Ravell, en 1995, estrenan una modalidad de ultraespecialización con “Globovisión” (son su Presidente y Director respectivamente), el “único canal de señal abierta dedicado a la información cuya facturación de 1999 cerró en 7,5 millones de bolívares (1% de la *torta* publicitaria de ese periodo)” (Producto N.193, 1999, p.60): Estrategias similares han sido implantadas por otros grupos, como es el caso del De Armas, principalmente de la industria de edición impresa, con su canal deportivo “Meridiano TV”.

#### ¿TERCERA ETAPA: 2000...?

No tengo metodológicamente previsto una tercera etapa para la “Breve historia económica de los medios venezolanos”, entre otras *fundamentadas* razones porque la mayor parte de ella pertenece a esa *terra incógnita* que es el futuro, luego no es todavía *historia*. Sin embargo, parec-



ra razonable anticipar, que los criterios económicos van a seguir prevaleciendo sobre aquellos de desarrollo ideológico-cultural, buscando mayor especialización, alianzas estratégicas de negocios y más concentración de capitales.

Es cierto que los grupos económicos usan sus medios como herramientas políticas, lo han hecho durante los siglos XIX y XX. Por mucho tiempo, en la prensa escrita, ha prevalecido precisamente el objetivo político-social sobre el deseo de incrementar el patrimonio económico del propietario. Es más, como en el actualidad o en los tiempos del grupo Roraima, son los propios dueños de medios quienes ejercen directamente como actores políticos y es congruente que sus agendas sean ampliamente reseñadas en las programaciones de estos.

Pero, por más que las "circunstancias" o la improbable iniciativa particular de los grupos económicos forzaran a repensar el rol de los medios en la sociedad venezolana contemporánea:

¿Es posible una reconversión de las industrias culturales con una nueva naturaleza que no sea esencialmente económica?

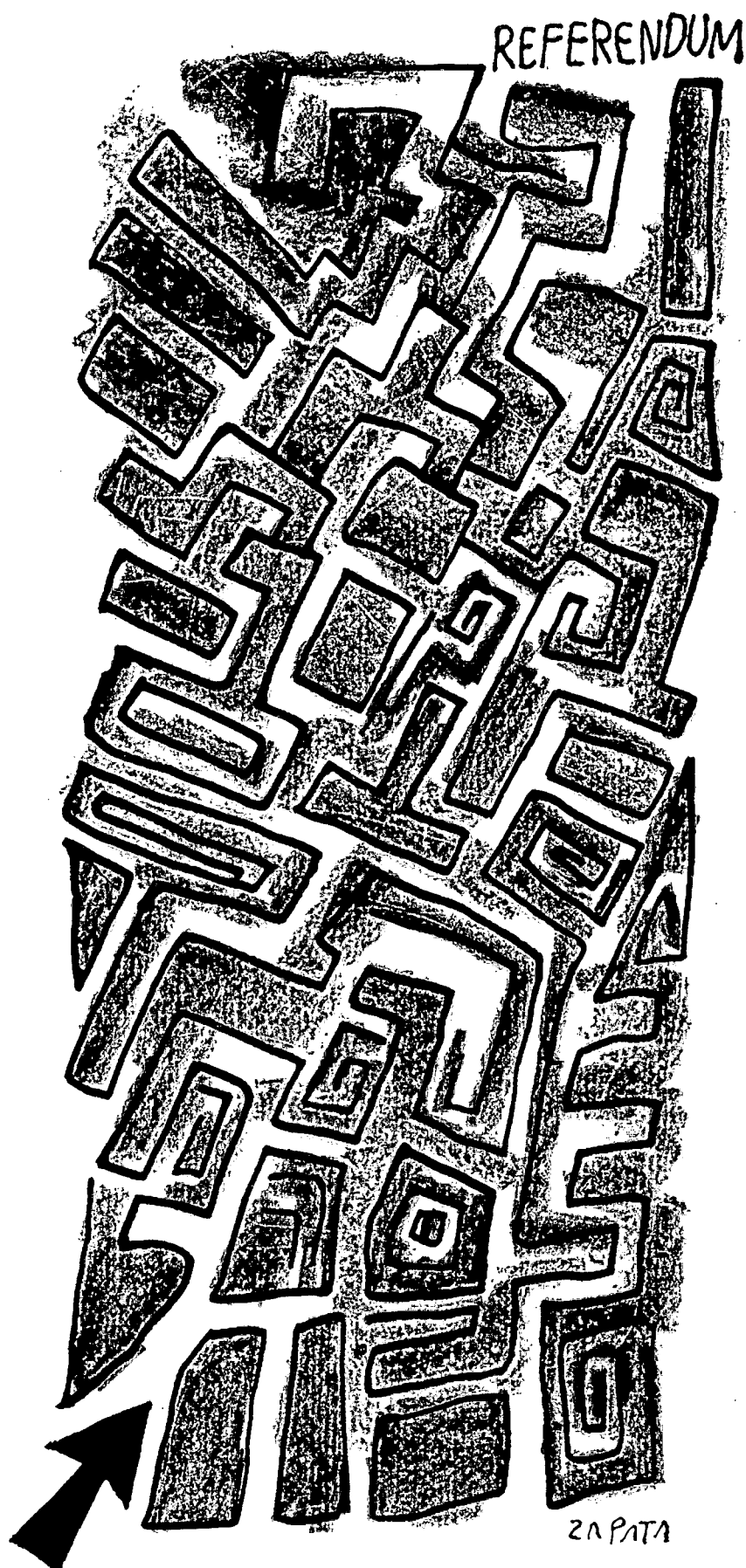
■ **Francisco A. Pellegrino**  
Comunicador social y colaborador  
de *Comunicación*

#### Notas y referencias bibliográficas

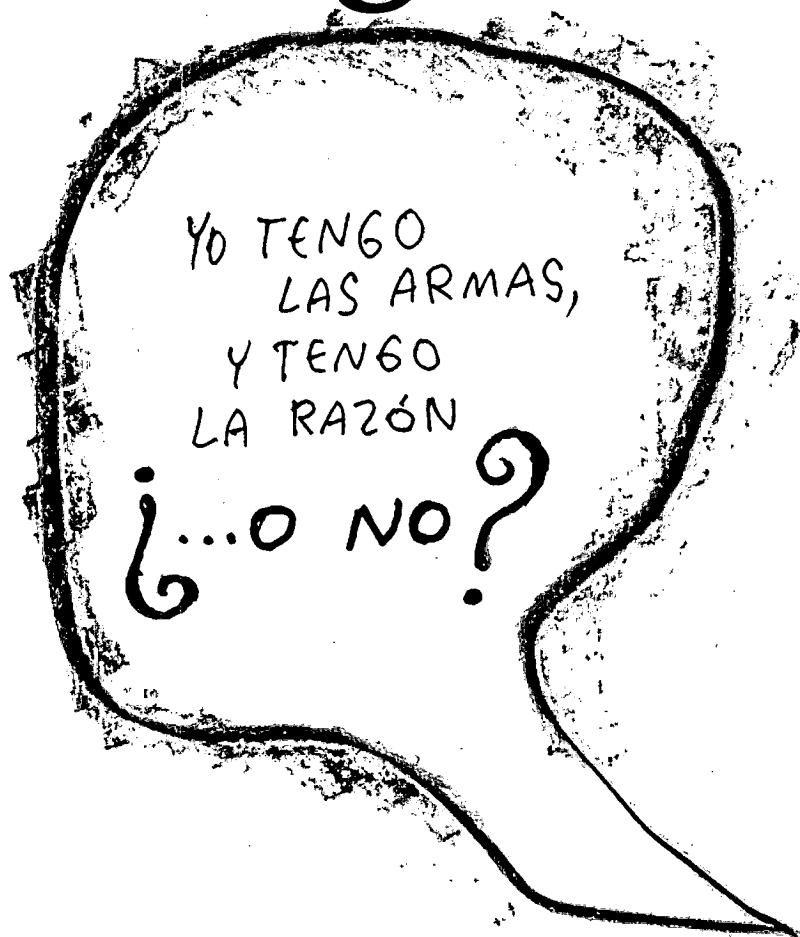
- Giménez, L. Hernández, A. (1988). Estructura de los medios de comunicación en Venezuela. Caracas: Publicaciones UCAB
- Fuentes, M. Gil, G. González C. (1992) Países privatizadores vs. países reestructuradores. Comunicación 80, pp.31-51. Caracas: Fundación Centro Gumilla
- Fundación Polar (1997) Diccionario de historia de Venezuela (2a. ed.) Caracas: Publicaciones UCAB
- Pellegrino, F. Cañizales, A. Aguirre J. (1999) Los Medios de Comunicación Social Venezolanos. Caracas: Fundación Centro Gumilla
- Pellegrino, F. (2002) La concentración económica en los medios financiados con publicidad. Caracas: UCAB, Trabajo de Ascenso a la categoría de Agregado.

#### Agradecimientos:

El trabajo contó con el apoyo intelectual de dos "musas" especialistas en historia de la prensa venezolana, las Doctoras Mirla Alcibíades y María Soledad Hernández.



# Traigan de vuelta a



*En Venezuela está prohibido pensar. Acá lo que cuenta es ubicarse. El descalabro institucional ocasionado por la actual administración ha sacado a todos los actores de sus puestos naturales. Hoy en día el periodismo no es una profesión, es un puesto de combate; y la información no es un insumo para comprender lo que vivimos, sino un arma para hacer propaganda*

■ **Alonso Moleiro**



ZAPATA

# los periodistas (y al periodismo)

**E**n Venezuela se han politizado las instituciones, el poder ciudadano y el poder moral, las discusiones académicas, los eventos culturales, el mundo militar, el poder judicial, y se ha politizado el periodismo. Los periodistas, que son los que denuncian que todo está politizado, parece que no se han dado cuenta. El oficio del periodismo en Venezuela, además de ser un ejercicio arriesgado e ingrato, -sometido a las presiones que se gestan en “los sórdidos meandros del poder” a los cuales hacía alusión José Vicente Rangel cuando estaba en la oposición- ha quedado completamente dislocado en cuanto a su naturaleza técnica.

En Venezuela no se puede pensar en voz alta. Los matices son sospechosos, están prohibidos. Concederle matices a un razonamiento es un símbolo de ambigüedad. Acá lo “inn” es escoger un bando. Los hechos tienen partido político. En este país ha desaparecido casi completamente la investigación desapasionada, el dato de rigor científico. El dato menos pensado, frígido y académico, le puede echar la fiesta a la más calenturienta de las proclamas. Todo está politizado: desde discusión sobre la reparación de la estatua de María Lionza hasta el tema de las reservas excedentarias. Darle la razón al adversario es un gesto de mala educación. No hace falta discutir; la razón tiene un bando antes de que alguien abra la boca. Está mandando la adrenalina. Quién se tome la molestia de leer la columna de opinión de algún analista político, podría adivinar qué es lo que va a decir antes de leerla.

Las noticias no son noticias. O mejor: lo son, pero cuando caen en la parcela deseada. Si una noticia de interés público - y por lo tanto de obligatoria difusión- favorece a la causa del enemigo, pues sen-

cillamente no se dice. O no se dice, o se le da una vuelta para que se vuelva útil, y entonces sí se dice. Es un error que han cometido casi todos los medios de comunicación importantes de este país, en especial los radioeléctricos, comenzando por el lamentable canal de todos los venezolanos, el canal 8.

El actual gobierno convirtió todas las esferas de interés público en una guerra de taquitos: aquí lo único que cuenta es cuan chavista o antichavista se es. No hay noticia, no hay dato, no hay evento, no hay reseña, reflexión o crónica que no demande una especie de certificado de compromiso militante.

La crisis política y el estado de anarquía promovidos desde el Palacio de Miraflores han distorsionado terriblemente la función y los fines del periodismo. Los venezolanos no consumen noticias para enterarse de lo que pasa, sino para engordar sus prejuicios, para fortalecer sus estados de emotividad con una oportuna inyección de hormonas, con ánimo de barra, con tono de “eso no importa, eso se repara”. Sobre todas las noticias recae un ejercicio de abstracción, un imperativo de naturaleza política, invocado como necesidad ulterior, que pervierte completamente las reglas del ejercicio informativo, una ciencia que, después de todo, tiene unos parámetros académicos y es enseñada por profesores dentro de unas universidades.

## EL PERIODISTA COMO PERSONAJE PÚBLICO

Cuando estas preocupaciones han sido expuestas en público y en privado a otros periodistas, las reacciones encontradas han sido con frecuencia escandalosamen-

te superficiales. Es terriblemente cierto que muchos periodistas se creen intocables hasta cuando se equivocan. La primera, la más imbécil de todas, es preguntar si uno es chavista. En el diagrama mental que algunos tienen en la cabeza no hay otra cosa que un fuego cruzado, de manera que lo importante es determinar, no lo que uno dice, sino de dónde viene. Cualquier preocupación por los métodos, cualquier llamado de atención sobre la importancia del equilibrio informativo, sobre la necesidad de consultar todas las fuentes, de respetar los géneros periodísticos, de confirmar las noticias, de decir la verdad, aunque la verdad nos moleste, es vista como una especie fetiche intelectualoso y preciosista, una exquisitez florentina que no tiene cabida en la esencia de lo que la sociedad está debatiendo.

Como esa alcabala parece inevitable, quién suscribe éstas líneas no tiene ningún problema en mostrar sus documentos: pertenezco a la oposición y considero a este un gobierno impresentable. Además de sus pretensiones autoritarias, que son bastante evidentes, el gobierno de Hugo Chávez ha hecho todo lo posible por dinamitar el diálogo político, por minar la paciencia de los indiferentes, por colocar el conflicto en la agenda de todos los ciudadanos. Es el promotor de la anarquía y el creador de la crisis que estamos viviendo.

El detalle es que un razonamiento cabe dentro del otro. El papel de los periodistas no es proclamar a quiénes no les interesa su visión del desarrollo del mundo. Es posible pertenecer a la oposición, o tener la posición política que nuestras convicciones nos indiquen respetando los parámetros y principios rectores de este oficio. Montar ollas, colocar titulares apócrifos a conciencia, repetir una información infudada, no conceder la réplica, no pedir disculpas, son faltas muy graves a la ética profesional, tanto como si un psiquiatra se sentara a beber cerveza y a comentar en voz alta las confesiones de sus pacientes. Son errores que le hacen un enorme daño al ejercicio democrático que algunos dicen estar defendiendo.

En Venezuela se han dicho cosas insólitas en nombre de la defensa de la libertad. Acá se ha dicho, por ejemplo, que el soldado Pedrañez fue asesinado por agentes del G-2 cubano. Hace varios meses un periódico especializado y una columnista muy conocida deslizaron que el gobierno estaba involucrado en los atentados de Al-Qaeda en Madrid. Varios especialistas denunciaron simultáneamente una invasión de libios por Margarita y de guerrilleros

“

**Los venezolanos no consumen noticias para enterarse de lo que pasa, sino para engordar sus prejuicios, para fortalecer sus estados de emotividad con una oportuna inyección de hormonas, con ánimo de barra, con tono de “eso no importa, eso se repara”**

”

colombianos por los andes, integrantes de una fulana “Operación Tenaza”.

El año pasado se puso de moda la denuncia de una misteriosa nacionalización de chinos en el Registro Electoral, sobre la cual, súbitamente, no se dijo más nada. Hace dos años la prensa levantó una lamentable olla folletinesca con el asunto de los Comacates, unos fulanos militares alzados que anunciaban los detalles de un golpe de Estado por correspondencia. Los Comacates desaparecieron cuando dejaron de ser útiles. El año pasado se dijo que el Cura Calderón fue secuestrado por el gobierno, una denuncia que él mismo Calderón se encargó de desmentir cuando fue liberado. Se ha dicho que PDVSA está llena de cubanos, que los libios están en Barrio Adentro, que Osama Bin Laden es amigo de Chávez, que las FARC están en Caracas. Acá se invoca, de forma rambona e ignorante, la defensa de la democracia cuestionando las relaciones del gobierno con los países de la OPEP, se apela a troche y moche, sin saber qué es, el “eje de mal” que le prescribió George Bush al resto de la humanidad.

Al finalizar el paro, cuando el gobierno recuperó la producción petrolera y le anunció a sus clientes el fin de los motivos de “fuerza mayor” que impedían la venta del crudo en los mercados internacionales, los medios de comunicación no dijeron nada. De eso nos enteramos por una cadena. El fanatismo y la promoción de supercherías le han hecho un flaco servicio a la causa de la oposición, y ahí es-

tá ese bolsón sebáceo que llaman los niños para atestiguarlo.

## **LOS ETERNOS DILEMAS DEL PERIODISMO LOCAL**

Es lícito, es saludable, es necesario que a través de los medios de comunicación nos enteremos de los desmanes administrativos del gobierno; de los muertos y los torturados del primero de marzo, en plenas “guarimbas”; del insólito atropello en contra de Henríque Capriles Radonski y Carlos Melo; de la arremetida en contra de María Corina Machado; de la cobarde agresión de la que han sido objeto periodistas y medios de comunicación; de las invasiones, de la anarquía, de la ineficiencia, del estado de putrefacción de nuestro patrimonio urbano. Para atacar al gobierno sin faltarle a la verdad hay tela marinera para cortar. Este gobierno es suficientemente malo para que le estemos inventando tonterías. No necesita ayuda.

Los peregrinos argumentos esgrimidos para justificar los excesos descritos no resisten un análisis de cinco minutos. Uno de los más socorridos, ya elevado a la categoría de mantra, es aquel que postula que “la objetividad no existe”. Esa es la licencia teórica con la cual un periodista se siente habilitado para hacer lo que le de la gana con el resto de la humanidad. El tema de la existencia de la objetividad en términos académicos es casi bizantino. Por objetividad debemos entender que las cosas hay que contarlas como suceden. Contar las cosas como suceden no es ningún ejercicio escolar, es una obligación. Lo que se desprende de ellas es otro problema. Para eso fue que se inventaron los géneros periodísticos.

Algunos se han preguntado cómo se le puede pedir neutralidad a los periodistas ante un régimen en trance de dictadura que ha secuestrado todos los poderes y que constantemente los agrede. Es otro razonamiento absolutamente infeliz. Nadie está haciendo llamamientos en favor de la neutralidad. Nadie es neutral, ni Juan Pablo II. Todo aquel que esté asistido del raciocinio tiene opiniones, desde los 7 años en adelante. Acá se ha esbozado un reclamo para rescatar el equilibrio, que es diferente. Un periodista está obligado a que, en la noticia y en el análisis, quede registrada la versión de todos los extremos que la componen. Todo periodista puede y debe tener opiniones, pero tiene que cultivar la cultura de la responsabilidad si de verdad aspira a vivir en una sociedad civilizada.



Algunos periodistas tienen alta exposición en los medios y son personalidades públicas con alto prestigio, pero no son cantantes. Deben aprender a inventariar sus errores, a reconocer cuándo se equivocan, con humildad y seriedad, porque equivocarse se vale. Por lo demás, Venezuela está lejos de vivir una democracia en el sentido estricto, pero no vive en una dictadura. En una dictadura un artículo como este no podría ser publicado. Vive, sobre todo, una situación de alta conflictividad política, y la ética no es un concepto válido sólo para cuando las cosas estén en calma.

Con frecuencia se comenta que criticar los excesos de los medios es atentar contra la libertad y hacerle el juego al chavismo, que en el fondo lo que quiere es clausurarlos. Más de uno ha llegado a sugerir "discreción" ante los excesos informativos. "Eso lo discutimos después", comentan. Ese es un razonamiento chavista. Es chavismo de oposición. Es pretender confiscar la reflexión y el comportamiento ciudadano invocando un compromiso militante. Los viejos comunistas decían que criticar los desmanes que se cometían en el área del pacto de Varsovia le hacía el juego a los intereses del Pentágono.

A todos se nos va la vida en favor de la

“

**Ni los presidentes, ni los jueces,  
ni los gobernadores, ni el clero, ni  
el estamento militar son intocables  
en el ejercicio democrático.**

**Tampoco lo son los medios.  
Todos son actores de la sociedad  
indispensables que tienen una  
responsabilidad pública**

”

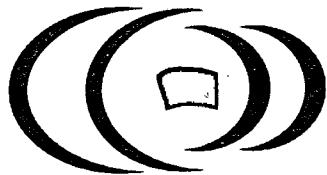
existencia y de los fines naturales de los medios de comunicación. Señalar los errores cometidos en esta coyuntura no tiene ninguna intención conspirativa. Significa emprender una depuración conceptual que

puede ser muy saludable, sobre todo si se supone que creemos en la democracia. No podemos caer en el chantaje de pensar que todo razonamiento crítico está concebido para perjudicar alguna parcialidad. Omitir esta discusión es una actitud cómoda y obediente. Eso es lo que garantiza el estado de impunidad que se vive en sociedades subdesarrolladas como ésta y es un asunto que algún día vamos a lamentar.

Ni los presidentes, ni los jueces, ni los gobernadores, ni el clero, ni el estamento militar son intocables en el ejercicio democrático. Tampoco lo son los medios. Todos son actores de la sociedad indispensables que tienen una responsabilidad pública. La rectitud en el proceder no es un asunto reservado sólo a los cargos del gobierno. Llegará el momento en el cual empresarios, animadores, locutores, periodistas, jefes de información, editores y reporteros se hagan una autocrítica, e inicien, por su propio bien, un diálogo honesto y civilizado con el resto de la sociedad sobre lo que ha pasado en este país en los últimos dos años.

Alonso Moleiro  
Comunicador Social

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**

<b>VENEZUELA</b>	
Correo ordinario	Bs. 34.000
Suscripción de apoyo	Bs. 68.000
Número suelto	Bs. 3.400

<b>EXTRANJERO</b>	
Correo ordinario	US\$ 60
Correo aéreo América	US\$ 60
Otros países	US\$ 65

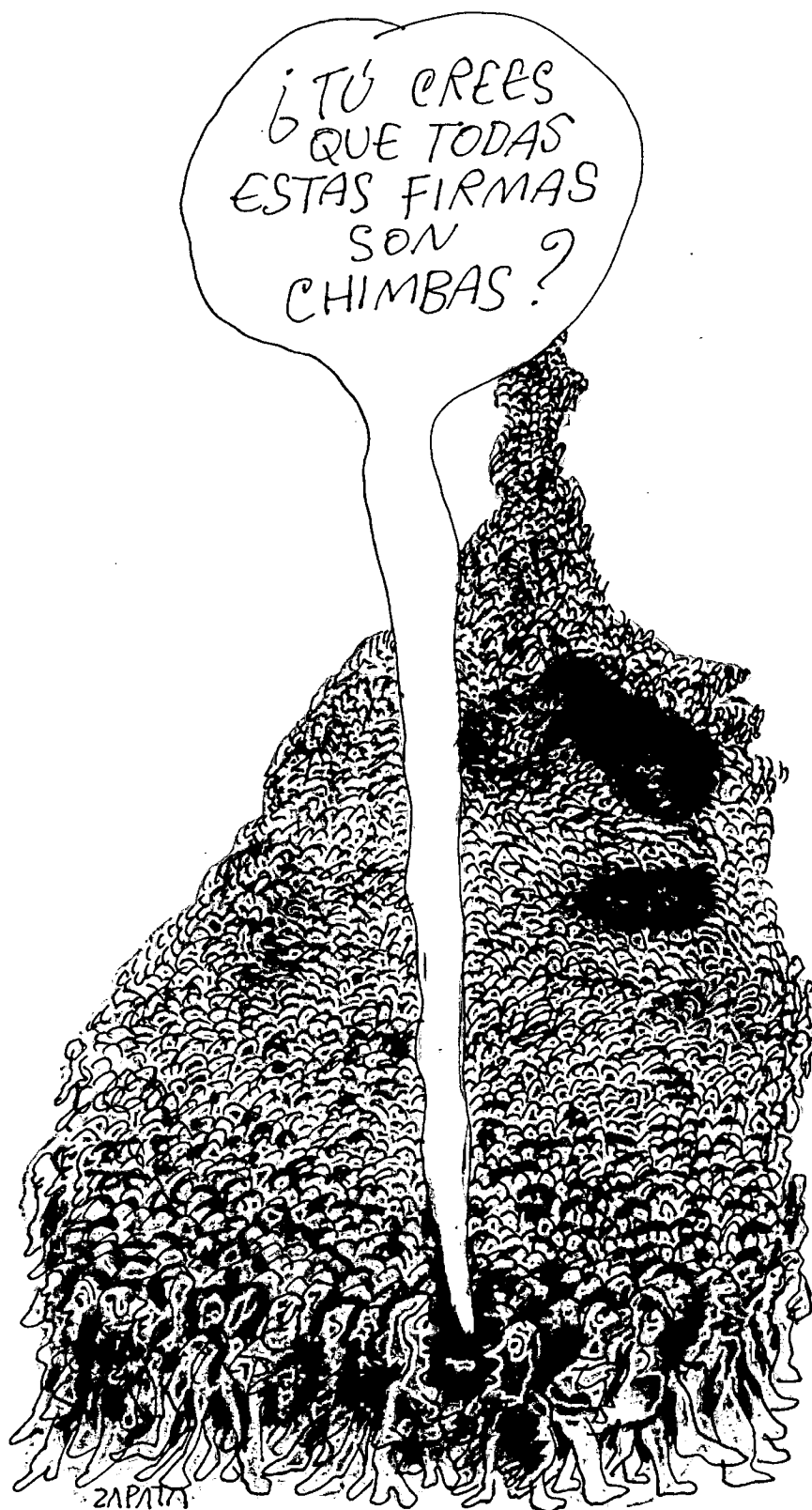
**Buzones correo electrónico**

- REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve
- REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve
- UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve
- ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve



# APUNTES

## sobre medios



# y periodistas en una sociedad polarizada

*La polarización que en los últimos dos años se ha instalado en el paisaje político venezolano, no sólo se ha visto reflejada en los medios de comunicación, sino que esos mismos medios han participado activamente en muchos casos como catalizadores de los enfrentamientos. Esta situación tiene su particular explicación en el panorama de la globalización, donde las pantallas han sustituido a las plazas como espacios de debate. No obstante, son pocos los que llegan a tener un puesto en los canales y las estaciones. En el caso venezolano, apenas unas 80 personas son las que frecuentemente aparecen en los programas de opinión y entrevistas. Ante esta situación se torna necesario repensar la democracia en Venezuela a través de una mirada a la labor de los medios y los periodistas.*

En los últimos dos años, de forma especialmente dramática, se ha hecho evidente en Venezuela una profunda polarización. Si bien existen otras múltiples posiciones y de hecho ha crecido un llamado tercer sector<sup>1</sup> en medio del conflicto, también resultaría ingenuo no percatarse que dos expresiones políticas se han radicalizado en torno a la figura del presidente Hugo Chávez, quien es odiado o amado, en ambos casos de forma visceral, de acuerdo con la acera política en la que se esté ubicado. La polarización ha implicado un desconocimiento del otro, en tanto sector político con posturas igualmente legítimas, y el discurso de dirigentes, tanto de gobierno como de oposición, no tienen la capacidad de tender puentes con quienes militan en las filas adversas. La polarización ha tenido un correlato mediático, pues también medios y periodistas se han atrincherado en posiciones que excluyen la posibilidad de entender al otro, y en un prolongado círculo vicioso la parcialidad política de los medios privados es respondida por una igualmente toma de partido extrema en los medios estatales, así como de acciones o discursos oficiales que colocan en el terreno enemigo a las principales empresas mediáticas del país.

En sociedades polarizadas, como la venezolana de este inicio del siglo XXI, cada sector político cree tener la verdad y excluye cualquier puente de entendimiento con el adversario. Es imposible que se comparta la mesa con aquel que antes se llamó dictador o enemigo de la patria. Los medios, en estos contextos, no sólo reproducen el discurso político excluyente, sino que a la par, al ser parte intrínseca del conflicto, construyen una agenda periodística-simbólica que refuerza el desconocimiento del otro. En el caso venezolano, de forma adicional, la fractura que siguen viviendo los partidos políticos (incluido el

del presidente Chávez, el Movimiento V República<sup>2</sup>), hace mucho más dependiente a la estrategia política de su dimensión comunicacional, pues no existen canales formales partidistas que permitan o bien transmitir decisiones desde la cúpula o bien recoger demandas desde las bases. La acción política del jefe de Estado es esencialmente mediática, en tanto se construye desde los medios, principalmente del Estado, pero también con un uso abusivo de las cadenas presidenciales.

La crisis que vive hoy la sociedad venezolana, y que se expresa con las posturas polarizadas en torno a la “Revolución Bolivariana” del presidente Chávez, ha sido resultado del quiebre del modelo de desarrollo que basado en la renta petrolera hizo aguas hace dos décadas. Los últimos 20 años en el país han sido de un imparable empobrecimiento (también durante los años del gobierno *chavista*), lo cual paradójicamente sucede en un país que tiene ingresos sostenidos millonarios por sus exportaciones de crudo. El gobierno de Chávez ha profundizado una dependencia petrolera que no tiene viabilidad. Sin embargo, su discurso social y nacionalista cala en amplios sectores pobres del país, que si bien no han mejorado palpablemente sus condiciones de vida, tampoco se sienten representados por la opción opositora. “Con Chávez yo existo”, se expresó de forma precisa una señora de Guarenas a la que entrevisté en una manifestación política, y que pese a admitir que su situación socioeconómica no era sustancialmente distinta sentenció: “con la oposición tampoco voy a vivir mejor”.

El quiebre económico alimentó un hartazgo político: el pacto de elites que dio sustento a la democracia en 1958 había dado paso dos décadas después a un sistema clientelar en manos de dos partidos, que cada vez más alejados de las demandas e insatisfacciones ciudadanas ter-

minaron por ser símbolos de la antipolítica. Durante la década de los 90, por un lado los medios contribuyeron al descrédito del mundo político (razones había para las denuncias, pero no para las generalizaciones que terminaron estigmatizando todo lo relacionado con la política), a la par que se convirtieron en poderosas cajas de resonancia para un malestar ciudadano que no encontraba respuestas en las instituciones del Estado, ni en las instancias de mediación sociopolítica. Fue tal el anhelo de cambio, de apostar a algo distinto, que no estuviera tocado por la “sucía” mano de la política tradicional, que en 1998 durante largos meses punteó las encuestas una ex reina de belleza para que finalmente terminara en la presidencia un militar retirado que promovía “un giro radical en nuestra historia”, la principal carta del ahora presidente Chávez<sup>3</sup>. El gobierno de Chávez, al contrario de lo que promueve su discurso en el sentido de que está comenzando una nueva era para el país, en realidad simboliza la lenta muerte de una manera de hacer y entender la política en Venezuela. En esta agonía de un modelo, sin que se vislumbren opciones claras de largo aliento sobre por dónde deberá conducirse la vida nacional, la política ha pasado a copar amplios espacios de la vida de los venezolanos y los medios han terminado siendo actores de primer orden en todo lo que estamos viviendo.

Los años 90, en el contexto venezolano, reflejan claramente la consolidación de algunos elementos: los estudios de opinión de aquellos años revelan la desconfianza que inspiraban partidos políticos y poderes públicos, a la par que se consolidaba una imagen de credibilidad a favor de los medios<sup>4</sup>. De acuerdo con los testimonios que recogiera Eleazar Díaz Rangel en la década pasada, entre propietarios de medios impresos existía entonces la percepción de que estaban siendo colocados en un rol que no les era propio, por esa ruptura político-institucional que vivía el país, pero al mismo tiempo se entendían como canal confiable para las demandas ciudadanas insatisfechas. Del mismo modo, dirigentes políticos han confirmado que la reforma constitucional de 1992 se paralizó por las presiones de los medios, pues el proyecto incluía el derecho a rectificación y réplica, con lo cual se reflejaba la conformación de una agenda común por parte del sector mediático para incidir de forma directa en las decisiones de un poder público, en este caso en el legislativo, y actuando claramente en contra de un mecanismo que favorecía a la ciudadanía.

“

**La pantalla de televisión, especialmente, pasa a ser la nueva plaza pública desde donde se define la agenda política del país.**

**En el caso venezolano, por ejemplo, son aproximadamente unas 80 personas las que con mayor frecuencia se rotan como entrevistados entre los diferentes espacios matutinos de opinión de los canales de televisión**

”

#### **AGENDA MEDIÁTICA, AGENDA POLÍTICA**

Diversidad de autores coinciden en reconocer el rol político que juegan los medios de comunicación, y especialmente en contextos como de los países latinoamericanos que parecen ser de una recurrente crisis política. La debilidad que tienen los partidos, sindicatos y otras instancias del tejido social abre la puerta para que éstos actores entiendan que su posibilidad de intervención en la vida pública está íntimamente atada a su relación con el universo mediático. Ciertos asuntos de interés público pueden ser catalizadores para la constitución de alianzas tácticas entre políticos y activistas sociales, por un lado, y medios de comunicación y periodistas por el otro. Esto ocurre cotidianamente en diversos contextos, sin que sea motivo de escándalo, pues justamente en esta dimensión se entiende el rol político de los medios: determinar quién puede hablar sobre cuál tema.

Esta tendencia se ve acrecentada en la medida en que la dirigencia política tiene menos de mitin en la plaza, o en la calle, y mucho más de aparición en espacios mediáticos. La pantalla de televisión, especialmente, pasa a ser la nueva plaza pública desde donde se define la agenda política del país. En el caso venezolano, por ejemplo, son aproximadamente unas 80

personas las que con mayor frecuencia se rotan como entrevistados entre los diferentes espacios matutinos de opinión de los canales de televisión. Estos llamados líderes de opinión, por su número en sí reducido, no pueden representar la diversidad y pluralidad de puntos de vista que existen en el país.

Durante el paro llevado a cabo por la oposición entre diciembre de 2002 y enero de 2003, en Venezuela, quedaron en evidencia algunos aspectos centrales de esta percepción que lleva a colocar a los medios en la categoría de poderes fácticos, tal como los definió recientemente el informe “La democracia en América Latina” del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). En conversaciones que hemos sostenido con tres dirigentes opositores —uno de ellos formó parte del comando táctico que estuvo al frente del paro—, estos confirmaron que esta acción se iba a levantar después de 48 horas y exclusivamente se usaría como presión momentánea para luego continuar con las negociaciones que estaban en marcha con el gobierno, bajo la mediación de la Organización de Estados Americanos y el Centro Carter. El punto de vista de los empresarios mediáticos echó al traste con la primera estrategia y lanzó a la oposición en la senda del paro “por tiempo indefinido”, con los costos políticos y económicos que todos conocemos hoy. Otros dos líderes de partidos políticos, cuyas opiniones no eran de apoyo unánime a esta acción, fueron silenciados por los medios.

Pero, sin duda alguna, el elemento más llamativo lo constituyó en ese mismo contexto el siguiente hecho: en no pocas ocasiones la Coordinadora Democrática —que aglutina a partidos políticos y organizaciones de la sociedad civil opositores— conoció el contenido de mensajes publicitarios una vez que estos estaban al aire, sin que participaran en su concepción. El poder mediático pasó a ser —literalmente— el espacio desde donde se constituía la estrategia política, y eso representa un cambio sustancial en las de por sí complejas relaciones entre poder político y medios de comunicación.

Por otro lado, en buena medida la agenda periodística del país se ha venido haciendo desde el poder ejecutivo. De forma constante, los temas que plantea el presidente Chávez —con su siempre provocador estilo—, en el dominical “Aló, presidente”, terminan siendo los asuntos sobre los cuales se centra el debate político y la cobertura de medios y periodistas, ésta última limitada a reacciones y respuestas.



En la mayoría de estos casos no existen consecuencias para las siempre “graves denuncias” que tiene a la mano el jefe de Estado, desde intentos de magnicidios hasta enormes casos de corrupción tributaria por parte de empresas privadas. Todo ello parece formar parte de un desfile interminable en el cual un escándalo termina tapando al anterior.

Los medios han venido bailando a este ritmo, incluso sin darle profundidad a algunos temas que por su propia naturaleza podrían ser usados dentro de la agenda de oposición a Chávez. Dirigentes *chavistas* denuncian corrupción galopante de sus antecesores, también *chavistas*, en el Instituto Venezolano de los Seguros Sociales o en el Fondo de Garantías y Depósitos, y estos eventuales casos de investigación periodística pasan la página rápidamente ante nuevas denuncias que tampoco llegan a ningún lado. Esto nos habla de una debilidad que atraviesa al ejercicio del periodismo en Venezuela, que se arrastra desde la década pasada y va más allá de la actual parcialidad política, se trata de la opción por la “denunciología” con lo cual han hecho mutis, de forma bastante amplia, prácticas profesionales de calidad orientadas a la investigación.

#### DE UN LADO, SIN LUGAR A DUDAS

Para periodistas o analistas de otras latitudes que pasan por Venezuela resulta muy llamativo, al mirar el desarrollo del conflicto y el papel que en éste están teniendo los medios, no sólo que las principales empresas mediáticas y emblemáticos comunicadores tengan una clara posición tomada, sino que se enorgullecen de ello. Para unos, el argumento es estar ante una dictadura, por el perfil personalista y centralizador que tiene el gobierno de Chávez, en la acera de enfrente se argumenta diciendo que la extrema derecha acecha y deben defenderse los logros de la “revolución”. En ambos casos, la idea que es punto de conexión entre posturas irreconciliables, es que ahora —en este preciso momento de la historia venezolana— no se puede ser imparcial, y menos en el ejercicio periodístico porque si lo eres, le estás dando armas al enemigo.

La polarización en este tiempo ha ido cerrando espacios para el debate. En teoría, la programación televisiva le destina mucho espacio al debate si se mide el tiempo de programas de entrevistas y opinión. Sin embargo, no sucede tal debate. Sustancialmente, con contadas excepcio-

66

**La idea que es punto de conexión entre posturas irreconciliables, es que ahora -en este preciso momento de la historia venezolana- no se puede ser imparcial, y menos en el ejercicio periodístico porque si lo eres, le estás dando armas al enemigo**

99

nes, los medios estatales tienen como invitados a funcionarios gubernamentales o activistas del *chavismo* y los medios privados le destinan a voceros de la oposición sus entrevistas<sup>5</sup>. Esta evidente parcialidad es acompañada de la actuación de entrevistadores complacientes, quienes omiten las preguntas difíciles o comprometedoras cuando el invitado es —como suele ser— del bando político afín al medio. En tal circunstancia no cabe hablar de debate, si se entiende a éste como contraste de opiniones y/o contrapunto de visiones, sino que estamos ante espacios de propaganda política.

Los manuales o códigos de ética justamente hacen hincapié en la necesidad de que los principios de imparcialidad, equilibrio y pluralidad sean el norte de un trabajo periodístico en momentos de crisis, en la cobertura de temas conflictivos. En Venezuela, hasta respetados profesores de ética hoy abogan públicamente porque se suspendan estos principios y retomarlos sólo una vez que se alcance la paz y la reconciliación (una vez derrotado el dictador o la oligarquía, según sea el caso). Resulta paradójico esta especie de pausa ética, pues una lectura serena de todo este proceso nos diría lo contrario, que para alcanzar una sociedad en la que nos reencontremos los venezolanos un primer paso a tomarse de inmediato sería desarmar la palabra, recuperar prácticas periodísticas de calidad. En fin se trata de que medios y periodistas entiendan y asuman

un rol de mediación social, a favor de la reconciliación.

“Estamos en una guerra”. Así lo definió, sin vacilaciones, el directivo de un medio privado de comunicación, al ser invitado a dar un primer paso en aras de des-polarizar la cobertura periodística de Venezuela. “Aquí no estamos para defender a periodistas sin ética”, replicó una funcionaria de la Fiscalía General al ser instada a actuar ante los hechos de violencia que de forma lamentable se han venido multiplicando sin distinción desde el año 2002 en el país, contra medios y comunicadores. Ambas frases, dichas sin estar relacionadas espacialmente aunque sí simbólicamente, reflejan uno de los nudos centrales del conflicto venezolano, la no voluntad de dar un paso que pueda “beneficiar” al contrario, y dejan poco margen para esperar con optimismo una solución pacífica a la crisis, al menos desde su dimensión mediática.

#### IMAGINANDO UNA TERCERA VÍA

Repensar la democracia en Venezuela, y eventuales salidas a la crisis, a partir de la mirada sobre el papel jugado por medios y periodistas, es tarea urgente, necesaria. Un asunto crucial tiene que ver justamente con imaginar de qué forma los ciudadanos pueden participar para revertir la situación que hemos venido describiendo en estas páginas. Debe incluirse en esta categoría de ciudadanos a todos y cada uno de aquellos habitantes del país que desde sus particulares creencias políticas tiene la intención de aportar en función de toda la sociedad, entendiéndola a ésta como un conjunto de diversidades (culturales, sociales, políticas) que necesariamente tienen que coexistir amparadas en un consenso mínimo. Desde lo específicamente mediático, en México, Perú y Brasil, aún de forma incipiente, van teniendo lugar experiencias de vigilancia o veeduría social de los medios, entendiéndose que en un sistema democrático existen diversas maneras de hacerlo sin que ello signifique una intervención estatal.

En el contexto venezolano actual, de forma espasmódica ha saltado en los últimos dos años la posible aprobación de la Ley sobre Responsabilidad Social en Radio y Televisión, en el seno de la Asamblea Nacional. Tal instrumento está concebido, al menos así se desprende de las declaraciones oficiales y de una redacción que ha tenido radicales transformaciones en aras de reducir el proceso legislativo, como un

mecanismo para castigar a unos medios privados que se han desviado por asumir abiertamente una parcialidad política. Esto desvirtúa por completo el objetivo de un instrumento legislativo, que en una búsqueda democrática debería abrir la posibilidad de conformar experiencias genuinas de veeduría y observación ciudadana, para que este poder mediático tenga algún punto de control. Dado que la cabeza del Estado es, a fin de cuentas, un actor político, no resultarían convenientes mecanismos en los cuales el peso determinante esté en manos del ejecutivo, ya que de facto se convertiría en juez y parte.

Aún para un sistema democrático en crisis, como el venezolano, sería difícil imaginar una democracia contemporánea sin medios de comunicación. A la par, un fortalecimiento del sistema político (absolutamente necesario para la satisfacción de las demandas de la ciudadanía) visto especialmente desde el contexto venezolano, pasa por establecer reglas de juego para que este poder mediático sea ejercido con una mayor transparencia por parte de empresarios y periodistas, a la par de decisiones de Estado que sin matiz de intervención *estatista*, permita abrir cauces a una acción ciudadana que tenga como norte la construcción de una sociedad incluyente y tolerante, tanto en lo social como en la dimensión comunicacional.

■ **Andrés Cañizález**  
**Director de Comunicación**  
**y profesor de la Escuela**  
**de Comunicación Social de la UCV**

### Notas y referencias bibliográficas

ABREU, Iván (2003): "TV propaganda en el paro nacional: ¿Quo Vadis?". En: *Comunicación*. Nro. 124. Cuarto Trimestre. Centro Gumilla. Caracas.

AGUIRRE, Jesús María (2003): "Previendo la historia colectiva". En: *Comunicación*. Nro. 121. Primer Trimestre. Centro Gumilla. Caracas.

ALVAREZ, Ángel (2002): "Polarización política y colapso de la democracia en América Latina". En: *SIC*. Nro. 647. Agosto. Centro Gumilla. Caracas.

BISBAL, Marcelino (2003): "Sociedad civil, comunicación y política en el contexto venezolano". En: *Comunicación*. Nro. 121. Primer Trimestre. Centro Gumilla. Caracas.

— (2004): "Medios, ciudadanía y esfera pública en la Venezuela de hoy". En: *SIC*. Nro. 662. Marzo. Centro Gumilla. Caracas.

CAÑIZÁLEZ, Andrés y CORREA, Carlos (2003): *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información. 2002*. Fundación Konrad Adenauer, Espacio Público e Instituto Prensa y Sociedad. Caracas. Existe versión en Internet: [www.espaciopublico.org](http://www.espaciopublico.org)

— (2004): *Venezuela: Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información. 2003*. Fun-

“

**Desde lo específicamente  
mediático, en México, Perú  
y Brasil, aún de forma incipiente,  
van teniendo lugar experiencias  
de vigilancia o veeduría social  
de los medios, entendiendo que  
en un sistema democrático existen  
diversas maneras de hacerlo  
sin que ello signifique una  
intervención estatal**

”

dación Konrad Adenauer, Espacio Público e Instituto Prensa y Sociedad. Caracas. Existe versión en Internet: [www.espaciopublico.org](http://www.espaciopublico.org)

CORREA, Carlos (2003): "Periodismo y conflicto: Un itinerario interdependiente". En: *Comunicación*. Nro. 122. Segundo Trimestre. Centro Gumilla. Caracas.

MORALES, Morelis y PEREIRA, Javier (2003): "La política informativa del gobierno del presidente Hugo Chávez". En: *Comunicación*. Nro. 121. Primer Trimestre. Centro Gumilla. Caracas.

PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (2004): *La democracia en América Latina*. PNUD. Buenos Aires. Existe versión electrónica en: <http://democracia.undp.org/>

QUINTÍN, Antonio (2004): "Construcción de las bases ciudadanas para una acción política compartida". En: *SIC*. Nro. 665. Junio. Centro Gumilla. Caracas.

RIVERA, Nelson (2004): "La raya en la retina: Medios y vida pública en Venezuela". En: *Comunicación*. Nro. 125. Primer Trimestre. Centro Gumilla. Caracas.

VIRTUOSO, José (2004): "Construir la oposición". En: *SIC*. Nro. 663. Abril. Centro Gumilla. Caracas.

<sup>1</sup> En el sector de los llamados "ni-ni", aquellos que marcan distancia de radicales posturas de gobierno y oposición, se ubican entre 30 y 40 por ciento de los venezolanos en edad de votar, según diversos sondeos. Sin estar representados por un liderazgo u opción política definida, podrían inclinar la balanza electoral en el país en uno u otro sentido.

<sup>2</sup> El liderazgo de Chávez es esencialmente personal, y de hecho en muchos casos sus candidatos a cargos de elección, por ejemplo en alcaldías o gobernaciones, tienen automáticamente un 30 por ciento de apoyo una vez que reciben la bendición del jefe de Estado.

<sup>3</sup> Este texto está escrito a mediados del mes de junio de 2004. En dos meses se realizará un histórico referéndum que podría revocarle el mandato al presidente Chávez. Estas reflexiones están hechas al calor de lo que ha sido el proceso político de los dos últimos años y recogen tendencias de este período.

<sup>4</sup> Esto sólo se rompió a partir de abril de 2002. El silencio informativo que arrojó el retorno de Chávez al poder, tras el breve golpe de Estado, constituyó un elemento que ha pesado de forma significativa en la caída de la credibilidad de los medios, especialmente de la televisión.

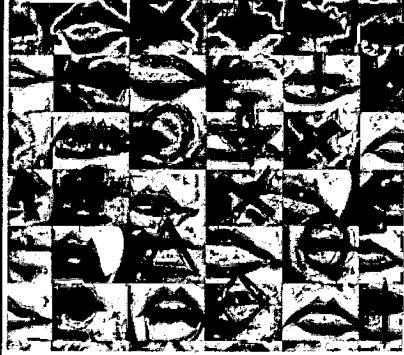
<sup>5</sup> Una medición informal sobre las tendencias de los entrevistados en los programas matutinos de opinión de la televisión venezolana arroja que más del 80 por ciento de los invitados por las empresas privadas son claramente opositores, en tanto que al canal del Estado asisten voceros del sector pro-chavista.

Filosofía del Derecho

Ronald Dworkin, Amy Gutmann,  
Ernesto Garzón Valdés, Ian Shapiro,  
Paul W. Kahn, T. M. Scanlon,  
Jeremy Waldron y otros

## Democracia deliberativa y derechos humanos

Harold Hongju Koh y Ronald C. Slye  
(compiladores)



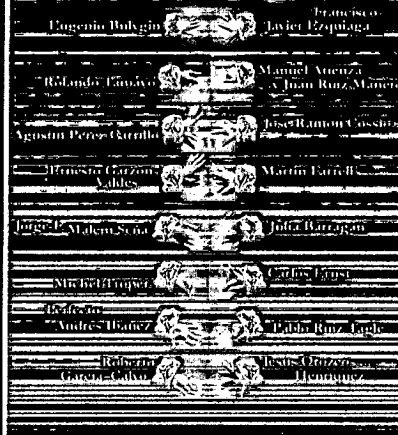
gedisa  
editorial

Filosofía del Derecho

Jorge Mañes, Jesús Orozco  
y Rodolfo Vázquez  
compiladores

## La función judicial

Ética y democracia



gedisa  
editorial

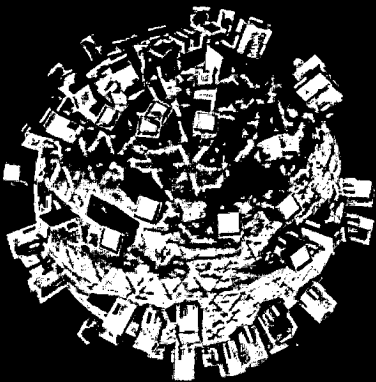
gedisa  
editorial

ITAM  
INSTITUTO VENEZOLANO  
DE INVESTIGACIONES  
TEOLÓGICAS Y SOCIALES

Filosofía del Derecho

Martín Diego Farrell

## Ética en las relaciones internas e internacionales



gedisa  
editorial

# FILOSOFÍA DEL DERECHO

La única colección  
original en castellano  
con el prestigio de

gedisa  
editorial



ISSN 1577-4223

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA  
TRANSFORMACIONES DEL ESPACIO PÚBLICO

FELS gedisa  
editorial

FELS gedisa  
editorial

Distribuye EDISA  
Calle San Luis, Qta. La Prince  
San Luis, El Cafetal.  
1061 Caracas  
58-212-9873459 edisa@telcel.net.ve

# Caracas

*Caracas, la capital venezolana, ha experimentado cambios que van más allá de la demolición de las viejas casas de techos rojos y la construcción de nuevos y modernos edificios que denotan la ostentación y riqueza petrolera. Los miedos desatados gracias a la violencia y los prejuicios han logrado que los espacios de disfrute público se limiten cada vez más, llegando incluso a encerrar a los ciudadanos dentro de las paredes domésticas. Para algunos, los habitantes de los barrios populares son sinónimo de peligro, y por ello se ha elaborado todo un discurso del territorio enemigo que hay que aislar y controlar. La creación de nuevas policías municipales y compañías de vigilancia privada muestran una arista del panorama. No obstante, más allá de la lamentación apocalíptica, lo que se impone es la necesidad de una reflexión.*

■ **Julio De Freitas**





# pública, privada y de nadie

Poco más de cien años han transcurrido desde que el poeta Pérez Bonalde contribuyera con una descripción de la ciudad de Caracas, que marcó el imaginario urbano de sus habitantes hasta los años cincuenta del siglo que hace poco quedó atrás. En una ciudad desmemoriada, en la que la abundante y repentina riqueza petrolera la convenció de demoler todo lo “viejo” como única vía hacia la modernidad, quizás, más que cualquiera de sus grandes edificios, su rasgo distintivo hoy día sería el de los barrotes en cada puerta y ventana que mire hacia la calle.

Caracas, cuya sola Área Metropolitana Interna, contemplada en 5 municipios que albergan alrededor de tres millones de personas, tuvo entre los años 2000 y 2001 un promedio de 5 homicidios diarios, es la ciudad del “salir poco”, de el “no llegues tarde a casa”, es también la ciudad de los más diversos sistemas de seguridad anti-robo en cada vehículo, desde las cadenas y candados que literalmente atan a éstos a la calle, las ensordecedoras alarmas, hasta los más sofisticados de protección satelital y de blindaje, con facilidades de pago para “garantizar su posibilidad de compra por cualquiera”. Una capital en la que el miedo hizo de ella su lugar de residencia, mientras el resto jura haber contemplado su rostro en cada uno de los desconocidos con los que se cruza en su transitar cotidiano.

El miedo demanda cada vez más policías, por lo menos ocho distintas en la ciudad, y ante la “obsesión securitaria”, el mercado de la vigilancia privada ha conformado un verdadero ejército de personas armadas, en el que casi la mitad de las empresas que lo conforman se encuentran, irónicamente, en situación de ilegalidad, al

no poseer los permisos operativos de la División de Armamento de la Fuerza Armada, organismo encargado de supervisar el parque de armas del país.

Este miedo se ha trasladado, asimismo, al ámbito de lo público, a través de la creación de puestos de vigilancia privada en muchas de las urbanizaciones de clase media y alta de la ciudad, los cuales restringen el libre acceso y tránsito en espacios de carácter público, pero que son legitimados, por un lado, como estrategias de auto-defensa de los residentes frente a la ausencia de respuestas eficaces por parte de los organismos de seguridad municipales o estatales, ante la progresión –real y simbólica– de la inseguridad urbana, y por otro, en términos de la búsqueda de un mayor *status*, por el carácter exclusivo que adquieren dichas urbanizaciones, a través de lo que en términos de Richard Sennet, puede ser calificado como una “comunidad purificada” (Sennet, 1974).

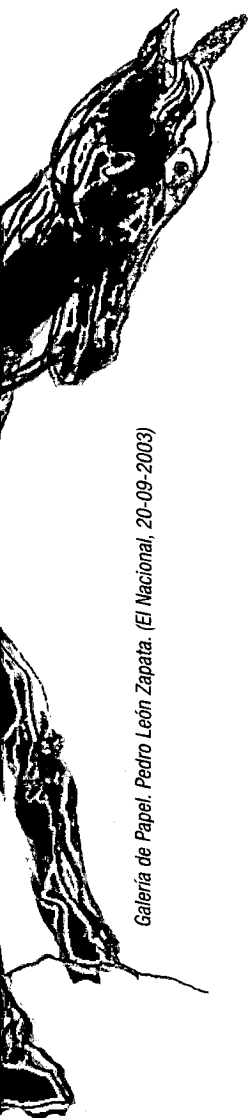
En medio de un proceso de apropiación del espacio público justificado en la poca eficacia de los organismos encargados de velar por la seguridad ciudadana y del desuso de otros, pareciera irse abriendo una suerte de sustitución de la función de dichos espacios por parte de los locales comerciales:

“El comercio provee ahora lo que las instituciones urbanas y estatales han dejado de proveer: espacios civiles para el ocio y para el encuentro. Así como los centros comerciales, los espacios de vida se han convertido en suerte de *bunkers*; hacia afuera concreto y materiales densos, que dan la sensación de protección y seguridad” (Rotker, 2000:18)

Ello, sin embargo, se traduce en una situación cuyos efectos no nece-

*Caracas allí está,  
sus techos rojos,  
su blanca torre,  
sus azules lomas...*

**Juan Antonio  
Pérez Bonalde**



sariamente son del todo inocentes, a diferencia de algunas posturas que reducen los centros comerciales como el nuevo espacio de socialización juvenil.

El desuso del espacio público a partir de su estigmatización como “espacios peligrosos” o “desordenados” por la explosión de la inseguridad, del comercio informal y ambulante, entre otras causas, junto con la falta de mantenimiento, pareciera traer consigo un vaciamiento del espacio social en términos de lo que significa la ciudad como escenario de socialización y convivencia y con ello la transformación de estos últimos en “agujeros negros”, en espacios hostiles para el poblador urbano.

Ejemplo de esto lo constituye la Gran Avenida de Sabana Grande, ubicada en el sector Este de la ciudad, la cual hasta finales de la década de los setenta constituyó el centro de comercio por excelencia de las clases medias y altas de la capital, transformada en boulevard en los años ochenta, como parte de la política de creación de espacios públicos contemplado en las propuestas urbanas desarrolladas por el metro de Caracas, y rápidamente absorbido como uno de los hitos por excelencia del escenario urbano caraqueño.

Poco más de diez años bastó para que, en medio de la desidia de los organismos encargados de su mantenimiento, el espacio se transformara en una de las zonas más estigmatizadas de la ciudad, a partir de la apropiación por traficantes de drogas, indigentes, niños de la calle, vendedores informales y, más recientemente, ocupantes ilegales de los edificios abandonados en el área.

#### **TERRITORIO ENEMIGO: DEL “PREDELINCUENTE” AL “CIUDADANO PRIVADO”**

En este sentido, el sentimiento de inseguridad ya vivido por los habitantes de la ciudad, se ve fuertemente reforzado por la elaboración discursiva-mediática de un *otro*, construido “a imagen y semejanza del miedo” (Reguillo, 2000), al cual es posible culpar desde el punto de vista político, moral, e incluso estético de todo lo que ocurre en el espacio urbano, representado por los habitantes de los barrios populares de Caracas, y a estos espacios en geografías del caos, *territorios enemigos* que descargan el horror y la violencia sobre los espacios “legítimos” de la ciudad y sus habitantes. (Ontiveros y De Freitas, 1993; De Freitas, 1995; Ferrandiz, 2001).

Se constata un desplazamiento de la

66

**El desuso del espacio público a partir de su estigmatización como “espacios peligrosos” o “desordenados” por la explosión de la inseguridad, del comercio informal y ambulante, entre otras causas, junto con la falta de mantenimiento, pareciera traer consigo un vaciamiento del espacio social en términos de lo que significa la ciudad como escenario de socialización y convivencia**

99

violencia hacia un grupo social determinado y, con ello, la presentación del habitante de barrio como un peligroso bárbaro que debe ser controlado y/o eliminado, por ser portador de un tipo físico y de una manera de hablar y vestir particular. Es decir, se consolida lo que el sociólogo Loic Wacquant (1999) ha llamado la “penalización de la pobreza”, práctica estatal que justifica, entonces, ante la “opinión pública” cualquier tipo de acción contra éstos, “los pobres” como clase, y no contra “la pobreza” como problema social.

No es exagerado afirmar que ésta es la caracterización que generalmente se hace de los habitantes de los barrios populares. “Salvajes”, “indios”, y “monos” son sólo algunos de los adjetivos que se utilizan para definirlos; incluso es posible escucharlos en los propios pobladores de estas zonas para referirse a vecinos o miembros de otros barrios (De Freitas, 1995). A ello se suma la creencia de que los valores, la familia -tomando a la familia nuclear como modelo único- y hasta el orden entre los asentamientos populares simplemente no existen.

En el marco de estas representaciones dominantes de la violencia cotidiana, generadas en los medios de comunicación y reproducidas con diversos matices a lo largo

de toda la trama social, la figura del malandro se ha consolidado como un personaje particularmente siniestro de la vida urbana venezolana. El malandro se ha convertido, entonces, en el imaginario urbano, en la principal causa de la inhabilitación de las ciudades venezolanas (Pedrazzini y Sánchez, 1992; Ferrándiz, 2001). La constitución del estereotipo del malandro con el perfil genérico de cualquier joven habitante de las barriadas convierte de modo automático en “presuntos delincuentes” o “pre-delincuentes” a muchos jóvenes simplemente por el hecho de haber nacido, residir y/o participar de las culturas típicas y claramente reconocibles de estas áreas estigmatizadas (De Freitas 1995).

Nos encontramos entonces frente a un proceso de transformación de lo público, expresada en un menor uso del espacio y de predominio de lo privado que reduce la ciudad tan sólo a los espacios o vías de circulación que sirven a sus habitantes para desplazarse del lugar privado de la vivienda al trabajo o a los “espacios seguros” representados por los centros comerciales y otros lugares que pudiéramos calificar de “seudo espacios públicos”, en la medida en que el ciudadano -cuya práctica, la *paidéia*, se desarrolla fundamentalmente en lo público, en el *ágora*- se va limitando, sin saberlo, apenas al papel de un “visitante-consumidor”, que debe ajustarse a las reglas del local en que se encuentra (Sennett, 1974; Augé, 1993; García Canclini, 1995; De Freitas, 2001).

Es el mundo que el sociólogo brasileño Lúcio Kowarick (1991) ha definido como del “ciudadano privado”, término que, más que contradictorio, refleja la paradoja de una ciudadanía ejercida de manera minusválida, reducida a la encapsulación en el hogar y los asuntos personales. Con ello se genera además un aislamiento del “exterior”, capaz de hacer creer al individuo que la ciudadanía y los oficios políticos sólo son eficaces y reales si son vistos desde la televisión. Las personas se informan de su alrededor más cercano gracias a los medios de comunicación y no tanto mediante el uso social del afuera (Monsivais, 2000).

Con todo, este proceso de desaparición de lo público no ocurre solamente, como pudiera pensarse en un primer momento, solamente en la llamada “ciudad formal”. Por efecto del discurso “y las acciones” que focalizan la violencia urbana exclusivamente sobre los pobladores de los barrios populares, los habitantes de los barrios urbanos se enfrentan a la dificultad de acceder a algunos espacios públicos de la ciudad.

En años anteriores, estos habitantes respondieron a esta estigmatización intensificando el uso de los espacios existentes en sus delimitados territorios, lo cual siempre jugó un papel importante en la reconstrucción de la vida afectiva del barrio. No obstante, hoy en día, esta plasticidad entre lo público y lo privado se ha venido delimitando ante la fuerte inseguridad y violencia interna del barrio, la cual transforma la dinámica de uso tradicional de algunos de estos espacios, obligando también a sus habitantes a la reclusión en sus hogares, convertidos éstos en refugios, reduciéndose así el sentido y uso del espacio, produciendo una resemantización espacial que va desde el espacio público fantasmal, el espacio de la muerte, el espacio defensivo (Bolívar et al., 1994).

A pesar de constituirse en retazos de espacios públicos y encontrándose muchos en procesos de deterioro, esos espacios cumplen dentro del barrio funciones de gran relevancia; son espacios donde el imaginario social alcanza su concreción. Por ejemplo, las veredas peatonales, además de ser el camino obligado y el recorrido para tomar el transporte que lleva a muchos habitantes a sus trabajos, se convierten en algunos momentos del día en el espacio del juego para los niños y adolescentes.

No obstante, estos mismos espacios, a otras horas –o incluso, permanentemente– pueden convertirse por medio de un violento proceso de apropiación o anulación de su calidad de público en espacios vacíos, espacios del terror, intransitables, controlados por las bandas que existen en el barrio y obligan a los transeúntes a tomar caminos alternos (Pedrazzini y Sánchez, 1992; De Freitas, 1995).

A imagen y semejanza de lo que acontece en el resto de la ciudad o, para ser más precisos, en la ciudad formal, es posible encontrar en estos asentamientos un sentido de gradación o jerarquía cuya base se encuentra en el perfil topográfico del terreno. Vivir en la parte baja del barrio puede ser indicativo, aunque no de manera rígida, de un mayor “status” con respecto a otros pobladores, (amén de un mayor precio en el mercado inmobiliario formal o informal) de hecho como la posibilidad de no asumirse como habitante de éste. Pero, además de ello, implica también la probabilidad de un acceso más rápido a espacios públicos que no forman parte del barrio, tales como bulevares, centros comerciales, plazas, etc., no necesariamente más seguros y despejados, pero ciertamente menos estigmatizados, incluso por el mismo poblador.

“

**Vivir en la parte baja del barrio puede ser indicativo, aunque no de manera rígida, de un mayor “status” con respecto a otros pobladores, (amén de un mayor precio en el mercado inmobiliario formal o informal) de hecho como la posibilidad de no asumirse como habitante de éste**

”

Frente a este sistema de clasificación que se basa en la pura evidencia física, la única salida posible se vincula con la construcción de una diferencia o la “invención” de otra *fachada* para aumentar su “cotización” como grupo social. Así, es posible que en un determinado barrio, se estigmatice a un sector particular de éste, achacando a estos últimos toda la violencia o las características negativas que, desde la “ciudad formal” se endilgan a los pobladores en general.

### EPÍLOGO

Que Caracas es una guerra de todos contra todos, es una idea que más que exagerada, resulta alarmante cuando ella parece ser la opinión generalizada de los habitantes de esta ciudad. En esta suerte de “darwinismo urbano” presente en el imaginario ciudadano caraqueño, no caben los saludos, ni las cortesías, pues ellos pueden ser interpretados como señal de debilidad y por tanto de incapacidad de supervivencia.

Después del 27 de febrero de 1989, bautizado por un periodista como “el día que bajaron los cerros”, tras los saqueos y la ola de violencia que se desató a partir de las protestas por las medidas económicas dictadas por el gobierno de turno, con la anuencia del Fondo Monetario Internacional (FMI), la ciudad comenzó a combatir a sí misma: “Los saqueadores están escondidos en sus cerros”, declaraba

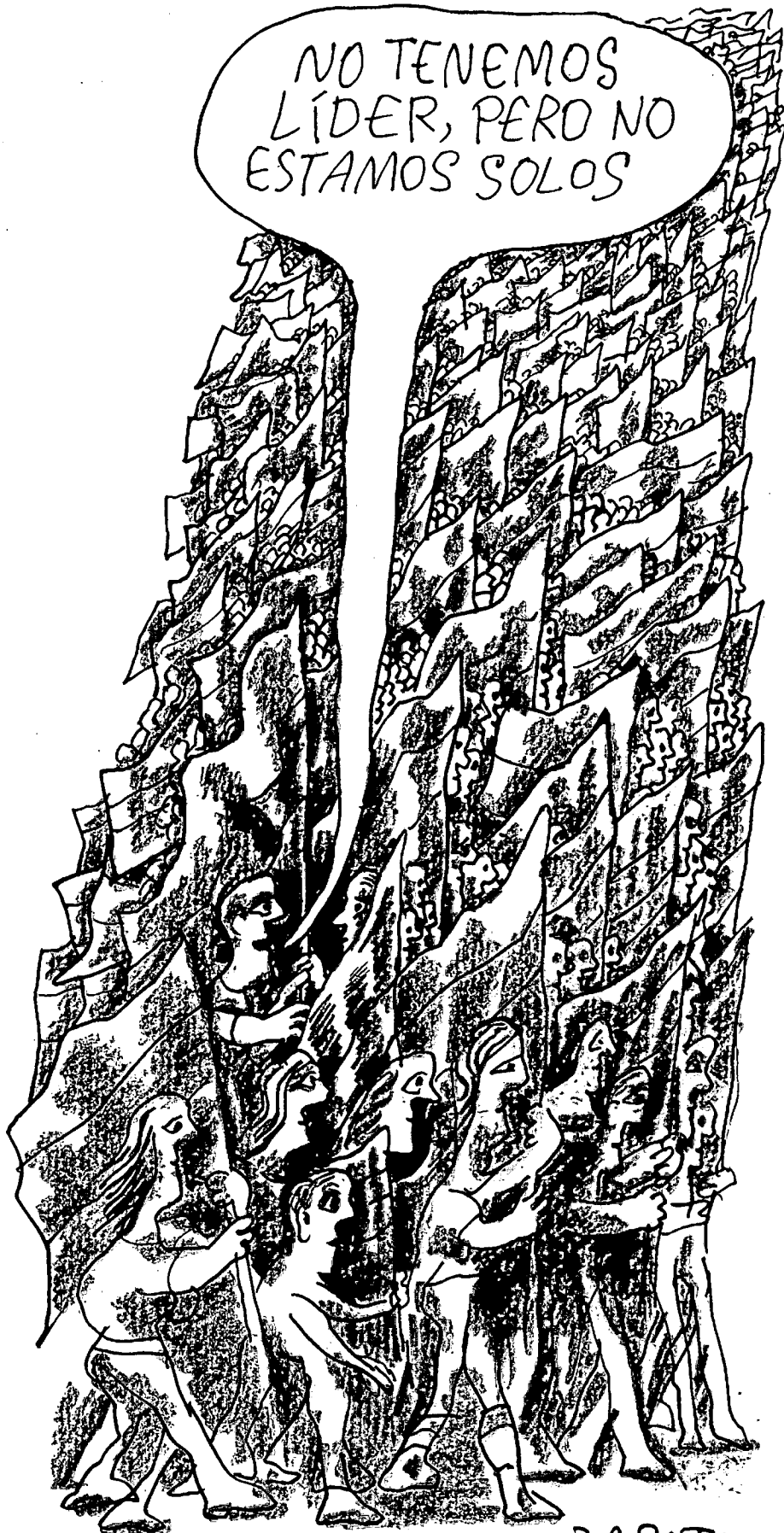
la policía, destacado en la primera plana de los diarios locales, mientras el ejército tomaba los barrios pobres.

Muchos años han transcurrido desde entonces, y a la violencia urbana se le agrega una violencia política –tanto desde el gobierno como desde la oposición– hasta entonces desconocida, cuyos límites y consecuencias son todavía impredecibles. Las clases medias y altas se arman y se encapsulan en espacios vigilados, reservándose el derecho exclusivo del término “Sociedad Civil”; los otros, los más pobres –más de la mitad de la ciudad– son calificados por los medios como “hordas” y “huestes del mal”, y también se arman; algunos para defender una revolución de la que cada domingo reciben una dosis mediática, otros, porque simplemente hay que protegerse de todos los demás.

Nadie podría negar que en los barrios es donde más se siente esa violencia de la que todos hablan y que se ha vuelto el rumor cotidiano de la ciudad, pero, lejos de lo que pueda pensarse, esto no se debe a que la mayoría de sus pobladores sean partícipes o generadores de esa violencia, sino, más bien a que es en estas zonas donde confluyen con más fuerza otros tipos de violencia, ajenas a ellas en cuanto su origen, pero, en gran medida, determinantes de lo que allí ocurre.

Así, en medio de este contexto casi apocalíptico, se hace urgente desentramar en nuestro campo semántico lo que, a final de cuentas, entendemos por “violencia”. Es decir, discutir sus maneras de expresión y consecuencias, analizar sus usos desde el sentido común, y repensar la relevancia de sus categorías analíticas; es mucho lo que todavía queda por estudiar en este campo, no sólo por el interés científico que ello conlleva, sino, además, porque también está en nuestras manos –por panfletario que parezca– desentramar los hilos de una realidad que de tanto vivirla se ha convertido en normal y cotidiana para el resto, y contribuir con ello a la creación de un proyecto colectivo de ciudad en el que ciudad y ciudadanía sean, indefectiblemente, un solo tema, con capacidad y espacios para habitarla y participar en los procesos de toma de decisiones que la afecten y con oportunidades distintas pero equitativas de su disfrute, su uso y su consumo. Sólo para ello tienen sentido estos textos. La tarea está a la vista.

■ **Julio De Freitas**  
Antropólogo



NO TENEMOS  
LÍDER, PERO NO  
ESTAMOS SOLOS

Galería de Papel. Pedro León Zapata. (El Nacional, 19-09-2003)

ZAPATA

# EL LECTOR VENEZOLANO



# y las políticas públicas para el libro y la lectura

La lectura como herramienta para la producción social del conocimiento es fundamental para el desarrollo de las sociedades modernas. Nadie lo duda, pero ante la concurrencia de múltiples interpretaciones, elaboraciones de sentido, visiones y proyectos de país, muchas veces se pierde de vista la utilidad de esta herramienta, limitándole a las planificaciones de Estado buena parte de su razón de ser como garantes de derecho en sociedades democráticas.

¿Y cuál puede ser la utilidad de la lectura en la hora de las oralidades secundarias, de los discursos de las culturas híbridas, de los “tiempos” de la modernidad? Adelaida Nieto, citando a Amartya Sen, Premio Nóbel de Economía, puede ser reveladora: “El desarrollo puede concebirse, como un proceso de expansión de las libertades reales que disfrutaban los individuos”. ¡Qué grandeza! El desarrollo concebido como expansión de libertades y no como concentración de capitales. Porque no es libre quien no puede decidir si comer o no, quien no puede escoger si estudiar o no hacerlo, si tener un techo donde vivir, porque sus posibilidades económicas no se lo permiten, como lo señala Sen en su libro *Libertad y Desarrollo*. ¿Por qué hablo de esto en una reflexión sobre lectura? Porque estoy plenamente convencida que la lectura trae consigo el verdadero desarrollo social, cultural y económico. No debemos concebir el desarrollo sin libertad. No me refiero a libertad únicamente ante las leyes, sino libertad

*El siguiente artículo presenta dos investigaciones realizadas por el Centro Nacional del Libro en un intento por caracterizar al lector venezolano desde su comportamiento como lector y desde el consumo que realiza del libro, en el contexto de otros consumos culturales; con miras a contribuir con la orientación de las políticas de Estado y la planificación de mercados de la industria editorial, en una hora que resulta crítica para el proyecto de nación y para la propia supervivencia empresarial*

■ **Carlos Delgado-Flores**

real, la que implica ser libre de comer, ser libre de tener atención médica, ser libre de tener una vivienda digna. No es libre al interior de una sociedad, quien no tiene las necesidades básicas de sobrevivencia solucionada. Y ahí mismo, en ese terreno de la sobrevivencia, el ser humano tiene que ser libre de LEER, de leerse a sí mismo, a los demás. No es libre quien no tiene información, ni la capacidad de transformar la información en conocimiento y el conocimiento en sabiduría, que como escuche alguna vez, la sabiduría no es otra cosa que la capacidad de aplicar el conocimiento en la vida diaria”.

### **LECTORES DISFUNCIONALES**

Cuando el Ejecutivo Nacional se convirtió en misionero (es decir: planificó las misiones educativas como estrategia central de los programas sociales) lo hizo a partir de la constatación de un dato de la realidad que resulta poco menos que una barrera para cualquier programa de superación de la pobreza: el 56% de la Población Económicamente Activa, entre 14 y hasta 65 años, aproximadamente 8 millones de personas, tiene una escolaridad promedio de 7° grado, 5 menos que el estándar de los países desarrollados y uno más que el promedio latinoamericano. Esta población está concentrada en los estratos D y E de la población, por debajo de la línea de pobreza y el hecho de que abandonara tempranamente la educación formal, hace que en ella se concentren la mayoría de los lectores disfuncionales del país.

Por lectores disfuncionales se entiende que son quienes leen sólo lo necesario para orientarse en los lugares y en la prensa; pueden leer un párrafo largo, pero no pueden sintetizar la idea central del mismo, ni expresarla coherentemente.

8 millones de personas, un tercio del total de la población nacional, hacen la diferencia entre la posibilidad de eliminar estructuralmente la pobreza y cargar con ella como Sísifo cuesta arriba con su roca auestas. Ubicado el objetivo, lo lógico era, entonces, proceder a re-escolarizarlo, ayudarles a corregir la disfuncionalidad lectora, mejorar su nivel de capacitación laboral, ayudarles a generar estrategias propias para generar riqueza: becas, microcréditos, asesoría técnica para la formación de cooperativas, microempresas, Pymes, etc.

Las misiones educativas: Robinsón I y II, Ribas, Sucre y Vuelvan Caras, se propusieron escolarizar y capacitar a 5 millo-

“

**Por lectores disfuncionales se entiende que son quienes leen sólo lo necesario para orientarse en los lugares y en la prensa; pueden leer un párrafo largo, pero no pueden sintetizar la idea central del mismo, ni expresarla coherentemente**

”

nes de venezolanos en los próximos dos años, para lo cual se vienen empleando diversas metodologías de enseñanza acelerada. El gobierno preparó, para apoyar las misiones educativas, un programa de ediciones masivas, que comenzó en 2003 con la importación de 25 millones de ejemplares de libros cubanos de la llamada Biblioteca Familiar, y proseguirá este año con la aparición de la Biblioteca Popular Temática, con 27 millones de ejemplares, con la edición de más de 200 manuales técnicos hechos por el INCE y un tiraje cercano a los 5 millones de ejemplares y con la importación –anunciada por el Ministro de Cultura– de 400 millones de Bolívars en títulos de ciencias sociales, procedentes de Argentina y España, a ser distribuidos por la Red de Librerías Kuai Mare.

El sector privado editorial venezolano advierte un vicio monopolista de esta práctica del Ejecutivo (importaciones masivas y ediciones propias) que amenaza con eliminar esta industria con argumentos más ideológicos que ciertos, más propios de la coyuntura política que de la planificación de políticas públicas dentro de un proyecto nacional; anunciaron, no obstante, la reserva legal de sus acciones, pero lo cierto es que no hay buen ambiente para la reversión de estas medidas: las misiones, que nacieron con el buen propósito de revertir la pobreza y propiciar la inclusión social, amenazan con la eliminación de una industria cultural. Y no es exagerado decirlo: la tasa de rotación de inventarios de la industria editorial venezolana ronda los 24 meses, una introducción

masiva de libros no producidos por el sector privado nacional puede elevar en casi un año más este índice, lo que afectará en forma dramática el desempeño comercial del sector, afectando el empleo de alrededor de 180 mil familias venezolanas, más la pérdida de demanda agregada que esto genera, más la posibilidad cierta de afectar incluso la dotación de textos escolares. Hay posibilidades de que el tamaño del sector libro –estimado en 0.33% del Producto Interno Bruto, cerca de 330 millones de Bolívars– se reduzca en más del 20% para el cierre de 2004.

Por otra parte, no hay garantía de que mediante un programa masivo de ediciones el público –potencial y real– de las misiones educativas vaya a convertirse en un público lector, en principio porque las ediciones masivas no tienen claro el mecanismo de distribución, más allá de que la Red de Librerías Kuai Mare contratará distribuidores de la Economía Social mediante consignación; y luego porque en el diseño del plan editorial no se caracterizó el perfil de la demanda, lo cual hace presumir la ocurrencia de errores por ausencia de mercadeo, el incremento de costos imprevistos y la dificultad de medir el impacto de estas ediciones en la formación de nuevos lectores y su incidencia en el proceso dentro del cual se inscriben, que es de la lucha contra la pobreza. Así pues, no basta con definir como público potencial de este programa los 8 millones de personas al cual se hizo referencia, porque en esta población seguramente habrá grupos con preferencias, hábitos de consumo, valores, historias de vida, etc., diferentes y en esa diferencia estará la mayor o menor efectividad del plan editorial. Por otra parte, pensar que este público lector pueda “militar” en la promoción de la lectura a desarrollarse en el marco de las misiones, equivale a darle a la planificación educativa un sentido ideológico que no debe tener dentro del ámbito democrático, so pena de desnaturalizarlo.

### **COMPORTAMIENTO LECTOR**

Dos investigaciones realizadas por el Centro Nacional del Libro, arrojan luces para el diseño de políticas públicas para el libro y la lectura, que no han sido consideradas por quienes desarrollan el programa de ediciones masivas del gobierno y que bien podrían serles útiles.

Estas investigaciones son: el *Estudio de comportamiento lector realizado en padres compradores de libros escolares*,

realizado en la primera Feria del Libro Escolar, organizada por el CENAL en septiembre 2003, en el Parque Los Caobos, y el *Estudio de consumo del libro en el contexto de otros consumos culturales*, realizado en el marco de la I Feria del Libro Argentino de Caracas, también en el parque Los Caobos, en marzo de 2004.

Veamos el primero. El estudio de comportamiento lector realizado en padres compradores de libros escolares, sirvió como prueba piloto para medir la confiabilidad del diseño muestral del Estudio Nacional de Comportamiento Lector diseñado por el CENAL, el cual espera por su implementación. Su diseño se originó en un encuentro por el libro y la lectura organizado por el Centro Nacional del Libro con consultores del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC/UNESCO), en julio 2002 y su aplicación permitió caracterizar a los compradores de la feria y generar perfiles de comportamiento lector mediante análisis de conglomerados (clusters) realizados a la muestra, de 366 personas.

Así, se determinó que el perfil general del comprador en esta feria:

- Edades comprendidas entre 30 y 39 años (53%)
- La mayoría son mujeres (64.3%)
- Ingresos comprendidos hasta Bs. 500.000 (75.5%)
- Nivel de instrucción universitaria, tanto completa como incompleta (44.6%)
- La mayoría trabaja (70%)
- Categoría laboral: empleados tanto públicos como privados (37%)
- Tienen hijos en edad escolar (84.6%)
- Padres con 1 o 2 hijos (59.4%), cursantes de educación básica (68.1)
- Hijos cursan estudios en instituciones públicas (62.9%)

El análisis de conglomerados permitió ubicar siete grupos diferenciados, los cuales describimos a continuación:

#### **Grupo 1.**

##### **Lectores con poca socialización**

Representa el 15,11% de la muestra, con edades comprendidas entre 16 y 29 años, no tienen hijos y no suelen comentar sus lecturas.

“

**Pensar que este público lector pueda “militar” en la promoción de la lectura a desarrollarse en el marco de las misiones, equivale a darle a la planificación educativa un sentido ideológico que no debe tener dentro del ámbito democrático, so pena de desnaturalizarlo**

”

#### **Grupo 2. Madres “coraje”**

Representa el 22,25% de la muestra, integrado por mujeres entre 30 y 34 años, de bajos ingresos económicos, sostenes de familias de tamaño promedio, con instrucción básica completa, ingreso mensual inferior a 250.000 bolívares, 3 hijos en promedio, en edad escolar en instituciones públicas, desempleadas o empleadas en economía informal, que aprendieron a leer en la escuela enseñadas por sus maestros, gustan comentar sus lecturas y cuyos hijos prefieren leer cuentos a textos escolares.

#### **Grupo 3. Padres lectores**

Este grupo representa el 18,96% de la muestra, está conformado por hombres adultos de 46 años o más, que trabajan principalmente como obreros en empresas privadas, aunque la suma del ingreso familiar se ubica entre 1 y 3 millones de bolívares mensuales, tienen dos hijos en promedio, en educación media y diversificada. Los miembros de este grupo señalan haber aprendido a leer en la escuela enseñados por sus maestros, prefieren leer libros, mientras que sus hijos prefieren los textos escolares. Suelen ayudar a sus hijos a hacer sus tareas.

#### **Grupo 4. Abuelos “jóvenes” lectores**

Este grupo representa el 11,26% de la muestra, está integrado por adultos de 46 años o más, de género masculino, con instrucción universitaria completa, trabajan

como empleados en la administración pública, tiene 4 hijos o más, algunos de ellos en edad escolar. Los miembros de este grupo manifiestan haber aprendido a leer en casa, enseñados por padres o parientes. Sus hijos cursan educación media, diversificada, técnica y superior, son lectores de diversidad de géneros y temáticas y se ayudan a hacer las tareas entre sí.

#### **Grupo 5. Adultos lectores**

Representa el 10,16% de la muestra, conformado por adultos de 35 a 39 años, con instrucción universitaria completa, trabajan como empleados en empresa privada, sus ingresos familiares se ubican entre 500.000 y 1.000.000 de Bs. mensuales, tienen hijos en edad escolar, aprendieron a leer en casa enseñados por sus padres, leen principalmente periódicos y revistas, sus hijos cursan educación básica en instituciones privadas y prefieren leer cuentos.

#### **Grupo 6. Madres “enfocadas”**

Este grupo representa el 15,93% de la muestra, está conformado por mujeres, en edades comprendidas entre 30 y 34 años, madres de familias pequeñas, de un hijo, generalmente en edad escolar, en instituciones públicas, que aprendieron a leer en su casa enseñadas por sus padres, no suelen comentar sus lecturas y ayudan a sus hijos a hacer sus tareas.

#### **Grupo 7. Padres “ausentes”**

Representa el 6,32% de la muestra, conformado por hombres entre 30 y 34 años, desempleados, con 3 hijos, algunos en edad escolar, que aprendieron a leer en la escuela pero con colaboración de los padres, lectores de folletos y revistas. Sus hijos en educación media y diversificada estudian en instituciones públicas, sus hermanos y otros parientes les ayudan con las tareas y prefieren leer textos, novelas y cuentos.

Hay dos conclusiones preliminares surgidas del análisis de estos grupos. La primera: la socialización temprana del hábito de la lectura en el hogar permitirá la transmisión de esa práctica de padres a hijos. Ello no es una novedad, pero verlo en la perspectiva de una feria de libros escolares y en conjunto con otros grupos con características diferentes permite pensar que una buena estrategia de Estado para la promoción de la lectura puede basarse en la ubicación de estas familias de lectores (grupos 3, 4 y 5) en escala nacional, para incorporarlos mediante acciones de vo-

luntariado, a programas de promoción de lectura que a su vez fomenten la formación de capital social en las comunidades donde éstas familias se encuentran. Si proyectamos estos grupos a la población nacional, según edad y nivel socioeconómico tendremos que el grupo 3 representa 1.2 millones de personas; el grupo 4, 76.894 personas; y el grupo 5, 27.254 personas, para un total aproximado de 1.3 millones de lectores, compradores de textos escolares, pero a su vez, formadores de potenciales nuevos lectores (tres en promedio, por cada uno) que representan cerca del 49 % de la matrícula escolar nacional.

La segunda: que los grupos de lectores poco desarrollados aprendieron a leer en la escuela, enseñados por los maestros, y tienen poca socialización con la lectura, por tanto, revelan la poca atención que el sistema escolar viene dando a los procesos de enseñanza de la lectoescritura, lo cual tampoco es una novedad. Si como lo indicamos arriba, cerca del 49% de los estudiantes del sistema escolar cuentan con el apoyo de sus padres para el aprendizaje de la lectura, el restante 51% no tanto. Habría que revisar los patrones de formación familiar para tener un historial más competente, pero por lo pronto, se puede indicar, como hipótesis, que el desarrollo de las estrategias familiares de formación y divulgación del conocimiento son claves para el desarrollo cultural de las sociedades, más incluso, que la propia acción del Estado en rol de educador.

### CONSUMO DEL LIBRO

El segundo estudio realizado por el CENAL pretendía ubicar al libro en el contexto de otros consumos culturales, tomando como punto de partida para su definición, el realizado por el Centro Gumilla en 1998. Se emplearon estrategias y categorías similares, como clasificar las actividades dentro de casa y fuera de casa, en el contexto del tiempo libre. Sin embargo, para caracterizar mejor la posible relación entre el lector y el comprador de libros, se amplió el registro hacia el consumo massmediático y hacia el uso de Internet, generando además una batería de enunciados sobre los cuales el encuestado podía manifestar su acuerdo o desacuerdo total o parcialmente; con ello se pudo establecer un perfil actitudinal que es perfectamente relacionable con otros estudios con ese enfoque realizados en el país.

Igualmente, se realizó un análisis de

“

**Una buena estrategia de Estado para la promoción de la lectura puede basarse en la ubicación de estas familias de lectores (grupos 3, 4 y 5) en escala nacional, para incorporarlos mediante acciones de voluntariado, a programas de promoción de lectura**

”

conglomerados a la muestra de 387 personas, cuyos resultados se muestran a continuación:

#### Grupo 1

**Adultos contemporáneos, profesionales, casados, aficionados a la lectura y la música**

Representa el 45,74% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Edades comprendidas entre 25 y 44 años
- Su nivel de instrucción es Universitaria Completa
- Trabajan
- Tienen un ingreso familiar promedio entre 600.000 y 1.200.000
- Están casados

#### Grupo 1

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)	¿Sobre qué aspectos no fijan posición?
Todos los días	Leen prensa Oyen música		Ven películas en el cine más que en la casa Ven periódicos o leer internet para estar informados Eligen las películas que ven por el director Leen como principal fuente de conocimiento de una persona Oyen emisoras de radio que transmiten música Celebran fiestas con familiares y amigos en casa Leen por trabajo o clases No les gusta todo tipo de música No consideran que leer sea la principal fuente de conocimiento de una persona Prefieren emisoras de radio con programación informativa	Sobre preferencias por telenovelas o por noticieros de televisión
Algunos días de la semana	Navegan en internet Escriben, Chatean Ven videos	Van al cine Van a restaurantes Van a cibercafé		
Fines de semana	Cocinan Ven videos Oyen radio Escriben	Van a librerías Van a conciertos de música clásica Van a discotecas Van al cine Visitan a familiares y amigos Van a conciertos populares Van a centros comerciales		

**Grupo 2**

**Jóvenes estudiantes, no activos económicamente, que gustan de ver videos, chatear y leer por placer**

Representa el 10,34% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Edades entre 15 a 24 años
- Nivel de instrucción Secundaria Completa
- No trabajan
- Solteros
- Nivel de ingresos (Menos de 300.000)

**Grupo 3**

**Personas solteras de bajos ingresos económicos, educación media incompleta, aficionados a la TV, no aficionados a la lectura y al Internet, y no realizan actividades de esparcimiento fuera de casa**

Representan el 24,03% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Nivel de instrucción secundaria incompleta
- Ingresos promedios menores a 300.000
- Solteros

**Grupo 4:**

**Adultos de edad madura, ingresos superiores, formación universitaria, probablemente “jubilados”, que gustan de la lectura, la música, el Internet y actividades culturales**

Representan el 17,31% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Edades comprendidas entre 55 y 64 años
- Ingresos superiores a 1.200.000
- Divorciados
- Nivel de instrucción universitaria y/o postgrado

**Grupo 5**

**Grupo muy pequeño de mujeres casadas, sin gustos por Internet, cibercafé y cines**

Representan el 2,58% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Edades entre 35 y 44 años
- Ingresos promedios entre 600.000 y 1.200.000
- Casadas
- Nivel de instrucción universitaria completa
- Género Femenino

**Grupo 2**

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)	¿Sobre qué aspectos no fijan posición?
Todos los días	Ven videos		Ven periódicos o leen en Internet para estar informados Leen para entretenerse Ven telenovelas Leen como principal fuente de conocimiento de una persona	En relación con la afirmación “Quien no sepa navegar en Internet quedará aislado del resto del mundo en un futuro próximo” Sobre ver películas en el cine o en la casa Sobre preferencias por emisoras de radio que transmiten música o que tienen programación informativa
Algunos días de la semana				
Fines de semana	Chatean			

**Grupo 3**

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)	¿Sobre qué aspectos no fijan posición?
Todos los días	Oyen radio Ven televisión Cocinan Ven videos	Van a conciertos populares Va a centros comerciales	Oír todo tipo de música Ir a centros comerciales como un lugar de distracción y encuentro Oír emisoras de radios que transmiten música Leer para entretenerse que leer por trabajo o clases Ver películas en el cine que en la casa Prefieren las telenovelas a los noticieros de televisión Ver TV como su principal fuente de entretenimiento Leer como la principal fuente de conocimiento de una persona Para estar informados prefieren ver noticieros de TV o escuchar radio	Sobre celebrar las fiestas con familiares y amigos en casa, más que en sitios nocturnos por razones de ahorro y seguridad
Algunos días de la semana	Cocinan Leen revistas Leen prensa			
Fines de semana	Leen revistas	Visitan a familiares y amigos Van a parques populares		



**Grupo 4**

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)	¿Sobre qué aspectos no fijan posición?
Todos los días	Chatean Escriben Navegan en internet Leen libros Oyen música	Van a parques Van a restaurantes	Ver periódicos o leer internet para estar informados Saber navegar en internet para no quedar aislado del resto del mundo en un futuro próximo Leer como principal fuente de conocimiento de una persona Ver películas en el cine más que en la casa Celebrar las fiestas con familiares y amigos en casas, que en sitios nocturnos por razones de ahorro y seguridad (total acuerdo) Ver películas independientemente del director	Pueden leer para entretenerse o por trabajo o clases
Algunos días de la semana	Leen revistas	Visitan a familiares y amigos Van a museos y galerías Van a bibliotecas Van a parques		
Fines de semana	Ven videos	Van a conciertos de música clásica Van a conciertos populares Van a teatros		

**Grupo 5**

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)
Todos los días	Cocinan Leen prensa Oyen música Oyen radio Ven televisión		La TV es su principal fuente de entretenimiento Para estar informadas, ven periódicos o leen internet Leen como principal fuente de conocimiento Los centros comerciales son un lugar de distracción y encuentro Leen para entretenerse Prefieren ver películas en la casa que en el cine Prefieren los noticieros de televisión que las telenovelas
Algunos días de la semana		Van a librerías	Prefieren emisoras de radios que transmiten programación informativa a las que transmiten música Eligen películas que ven independientemente de quien sea su director No creen en la afirmación "Quien no sepa navegar en Internet quedará aislado del resto del mundo en un futuro próximo" No les gusta todo tipo de música
Fines de semana	Ven videos	Van a restaurantes Van a teatros Van a centros comerciales Visitan a familiares y amigos Van a parques Van a museos o galerías	

Hay algunas conclusiones preliminares de este estudio que pueden anotarse como de utilidad tanto para el diseño de políticas públicas para el libro y la lectura como para el mercadeo editorial:

- El lector autónomo suele leer, por placer, en su casa, con música. Como consumidor, tiende a equilibrar el tiempo de lectura con el de ver televisión, o video, o con la visita a centros comerciales, o a familiares y amigos.
- La mayoría de los lectores autónomos son "adultos contemporáneos", lo que denota una interesante coincidencia de perfil entre el grupo 1 de la encuesta de consumo del libro y el grupo 5 del estudio de comportamiento lector.
- Es posible que el grupo actitudinal N° 1 del estudio de consumo del libro, tenga "relaciones parentales" con el grupo actitudinal N° 4, lo cual también vendría a ser coherente con el comportamiento de los grupos 3, 4 y 5 del estudio de comportamiento lector.

Finalmente, puede decirse que el lector autónomo lo es por una tradición de socialización de la lectura, la cual reproduce en la formación de nuevas generaciones. Es una persona que cree en el progreso de la mano de la lectura, un cierto tipo de venezolano que tiene el potencial de liderazgo para conformar claves en los procesos de reconstrucción nacional y a los cuales hay que llegarles con otro tipo de discursos, con propuestas racionales, proyectos plausibles que los integren en procesos de producción de capital social, para los días por venir.

■ **Carlos Delgado-Flores**  
Comunicador social con amplia experiencia en la fuente cultural y editorial. Colaborador de *Comunicación*.

**Nota del autor:** El autor quiere agradecer a la Psicóloga Leticia Caraballo por el análisis de conglomerados realizado para esta investigación.

## FICHA TÉCNICA

**Estudio 1**

Encuesta de comportamiento lector para padres compradores de textos escolares  
**Lugar y fecha de recolección.** Julio 2003, durante la I Feria del Libro Escolar del Parque Los Caobos

**Tipo de muestreo:** aleatorio

**Tamaño de la muestra:** 366 personas

**Estudio 2**

Encuesta de consumo del libro en el contexto de otros consumos culturales.

**Lugar y fecha de recolección.** Marzo 2004, durante la I Feria del Libro Argentino de Caracas

**Tipo de muestreo:** aleatorio

**Tamaño de la muestra:** 387 personas

**Notas y referencias bibliográficas**

Caraballo, Leticia (2004) *Análisis de Series Temporales y Análisis Jerárquico de Conglomerados para descripción y diagnóstico del comportamiento de variables relacionadas con el sector Libros. Informe final de consultoría.* Caracas. Mimeografiado.

Centro Nacional del Libro (2004) *El libro en números.* Boletín N° 2, año 2. Caracas. Mimeografiado.

(2004) *Hacia una Política Integral de Estado para el Libro y la Lectura (PIEL). Documento base para la discusión.* Caracas. Mimeografiado.

(2003) *Estudio Nacional de Comportamiento Lector.* Caracas. Mimeografiado

Instituto Nacional de Estadísticas (2004) *Indicadores de Fuerza de Trabajo. 2003-2004.* Mimeografiado.

Ministerio de Planificación y Desarrollo (2003) *Estudio: Simulaciones Contrafactuales para la fuerza de trabajo.* Caracas. Mimeografiado.

Nieto, Adelaida (2003) *Lectura y Desarrollo.* Ponencia Presentada en el marco del I Encuentro de Promotores de Lectura. Feria Internacional del Libro de Guadalajara. Diciembre 2003. Disponible en <http://www.cerlalc.org>

TODOS SON ENEMIGOS... ¡PERO  
 EL PEOR ES AQUÉL, PORQUE  
 PARECE QUE ESTÁ  
 PENSANDO !



Galería de Papel. Pedro León Zapata. (El Nacional, 17-06-2004)



La observación según Kapuscinski

# POR UN PERIODISTA con vocación de cazador furtivo

*Recientemente estuvo en la ciudad de Caracas el reconocido periodista Ryszard Kapuscinski. En el presente trabajo se toman tres reflexiones presentadas por el corresponsal polaco durante su visita, y a partir de ellas se elabora un breve comentario sobre el ejercicio periodístico. Los aspectos abordados son la necesidad de pensar al periodista como un observador acucioso más que como un vocero; la obligación profesional de una continua obtención de nuevos conocimientos; y la responsabilidad desde la perspectiva social de la protección a las fuentes de información*

■ Iván Alonso

Recientemente estuvo en la ciudad de Caracas el maestro polaco Ryszard Kapuscinski; y quienes transitan los caminos del oficio periodístico, entienden bien que no se trata de una simple adulación llamar maestro a este periodista, que ha dedicado la mayor parte de su vida a trabajar como corresponsal en muchas situaciones de tensión y a entender con sensibilidad la realidad del continente africano, llegando incluso a poner en peligro su vida, sin adoptar por ello posturas heroicas o mártires. Como es sabido, esta labor le ha merecido, entre otros reconocimientos, el prestigioso Premio Príncipe de Asturias en Humanidades y Comunicación.

Kapuscinski vino a Caracas por dos motivos; para dictar un taller de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, y también para presentar el libro *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*. Esta publicación, auspiciada por el Fondo de Cultura Económica, recoge las charlas ofrecidas por el periodista polaco en dos talleres anteriores dictados en Ciudad de México y Buenos Aires, organizados por la misma Fundación. Aprovechamos entonces la excusa de su visita para hacer una lectura personal de algunas de las opiniones y reflexiones del maestro Kapuscinski. Probablemente todos los puntos que se van a repasar ya han sido puestos sobre el tapete varias veces por otros autores, no obstante, conviene repetirlos, sobre todo en estos tiempos de cambios acelerados.

## OJOS BIEN ABIERTOS

Existe una imagen instalada en el imaginario colectivo que ubica al periodista como una suerte de metiche asalariado y con licencia. Si bien no tenemos en nuestras manos algún estudio estadístico que pueda respaldar esta afirmación, el roce cotidiano nos ha permitido constatar que en muchos casos el periodista es visto como aquel tipo de persona que está involucrada en todos los asuntos. Es el que más pregunta, habla, denuncia, reclama; en otras palabras, el catalizador de la voz del grupo. Aunque pueda parecer anecdótico, un dato que nos comprueba está imagen social es el hecho de que comúnmente a las personas más enteradas, por no decir chismosas, de las comunidades se les suele

apodar como “la radio de la calle” o “el periódico del edificio”, entre otras alusiones.

Creemos intuitivamente que este perfil social del periodista se pudo haber formado gracias a dos tipos distintos de prácticas; por una parte la conocida como prensa de farándula o del corazón, y por otra aquel tipo de periodismo de opinión que privilegia la denuncia o el reclamo, tanto cuando es el propio periodista el que formula la denuncia, como cuando es la comunidad la que hace el reclamo bajo las modalidades de micrófono o línea abierta. En estos dos tipos de prácticas, muy seguidas por los espectadores, el periodista adopta usualmente las posturas de curioso o vocero.

Ciertamente Kapuscinski no hace algún comentario directo sobre este asunto. No obstante, podemos utilizar sus reflexiones, porque si en algo es enfático el periodista polaco es en la obligación periodística de documentarse profusamente antes de escribir una palabra. Recomendación que se puede hacer extensiva a la expresión oral, es decir, documentarse antes de pronunciar una palabra. Traemos a colación esta reflexión justamente porque muchos de los que hacen de la denuncia su oficio, dejan colar en su trabajo rumores que no han comprobado suficientemente, utilizando en muchas circunstancias la excusa del secreto profesional.

Este tipo de periodismo pone a la expresión por encima de la observación. Pero el error se encuentra en que en el pensamiento lógico, observación y expresión no son asuntos independientes que se pueden solapar, sino que son partes sucesivas de un mismo proceso. Aunque parezca una perogrullada repetirlo, toda expresión lógica debería estar precedida por una detenida observación, que es similar a decir por una investigación.

Al respecto Kapuscinski asegura: “Todo lo que escribo está precedido de enormes lecturas. Yo leo mucho porque estoy convencido de la importancia de profundizar todo lo que se pueda en el tema sobre el que debo elaborar un texto. Vivimos en un mundo de enorme producción intelectual, donde se han escrito montones de libros sobre todos los temas. Escribir sin conocerlos, o sin siquiera saber de su existencia revela una actitud muy ingenua. (...) Personalmente creo que existe incluso una proporción entre la lectura y la buena escritura: para producir una página debimos haber leído cien. Ni una menos”<sup>1</sup>.

Claro que muchos se preguntarán cómo hacer una investigación con profundi-

“

**Utilizando las reflexiones del maestro polaco, nos atrevemos entonces a hacer una primera conclusión, un periodista debe ser ante todo un acucioso observador. La capacidad de expresión del periodista puede y debe ser muy buena, pero sin el interés y la habilidad para la observación, la sola expresión es superficialidad**

”

dad antes de la expresión oral o escrita en una profesión como la del periodismo, en la cual el tiempo siempre juega en contra. El propio Kapuscinski afirma que la falta de tiempo hace superficial al oficio. Probablemente el maestro polaco se basa en una experiencia de más largo aliento como la que representa escribir un libro. Cuando advertimos la necesidad de un periodista observador, no necesariamente estamos pensando en ingentes investigaciones previas que harían inviable la distribución del periódico cada mañana o la salida al aire de los noticieros. Lo que tenemos en cuenta es que el periodista debe estar más atento a los detalles y sus contextos al momento de cubrir los hechos noticiosos. Debe ir con los ojos bien abiertos para captar su versión profesional de la realidad, en otras palabras, tener más confianza en su propia capacidad, y no sólo esperar con paciencia la realidad que una fuente pueda suministrarle.

Gabriel García Márquez en su ya clásico texto sobre el ejercicio periodístico titulado *El mejor oficio del mundo*, asegura que la radio, la televisión y también el invento de la grabadora han magnificado a la entrevista como género, es decir, la voz de otro por encima de la del periodista. “(...) también la prensa escrita parece compartir la idea equivocada de que la voz de la verdad no es tanto la del periodista

que vio como la del entrevistado que declaró”<sup>2</sup>. Bien es cierto que un reportaje, por ejemplo, resulta un mejor trabajo cuando en su elaboración se han consultado un nutrido grupo de fuentes interesantes, diversas y plurales, pero la preocupación por la búsqueda de la fuente no debe reducir al periodista a la mera condición de transcriptor. Su genio debe estar presente tanto en la forma como estructura el trabajo, como en la manera que interpreta y deja constancia de su perspicacia en la aprehensión de la realidad.

“No necesité hacer entrevistas especiales. En realidad, nunca en mi vida he entrevistado a alguien, en el sentido estricto del género de la entrevista. No sé cómo se hace una entrevista. Mucho de lo que escribo sobre la gente viene de *observarla*, de prestar atención a su comportamiento, de explorar los detalles pequeños como su cara, o sus ojos. Y de hablar con ella, pero no de entrevistarla” (cursivas nuestras). (Kapuscinski, Ryszard, 2003)

Utilizando las reflexiones del maestro polaco, nos atrevemos entonces a hacer una primera conclusión, un periodista debe ser ante todo un acucioso observador. La capacidad de expresión del periodista puede y debe ser muy buena, pero sin el interés y la habilidad para la observación, la sola expresión es superficialidad.

Con estas anotaciones no queremos decir que el periodista debe descuidar sus palabras o que no debe preocuparse por acercarse a la gente, sino que la expresión debe estar precedida de la observación, aunque sea breve, e incluso que la expresión puede servir como un instrumento para sigilosamente profundizar en los temas.

“El mejor camino para obtener información pasa por la amistad, decididamente. Un periodista no puede hacer nada sólo, y si el otro es la única fuente del material en que luego habrá de trabajar, es imprescindible saber ponerse en contacto con ese otro, conseguir su confianza, lograr cierta empatía con él”. (Kapuscinski, Ryszard, 2003)

Otro texto ya clásico del oficio, como es el libro *El Nuevo Periodismo* de Tom Wolfe, apunta que un periodista que realmente quiera hacer un trabajo que recoja con criterio y genio la realidad, debe permanecer al menos un escena completa con el personaje sobre el cual escribe<sup>3</sup>. Claro que hay que advertir que Wolfe utiliza el término escena justamente porque la modalidad que defiende en su texto, el llamado Nuevo Periodismo, pregonaba la utilización de las técnicas narrativas de la no-



vela en la redacción de los reportajes o, mejor dicho, redactar reportajes como si fueran novelas. Pero en todo caso, lo que nos interesa resaltar es que al hablar de escena se pone de manifiesto que el periodista debe compartir con sus entrevistados una acción completa, dedicar un tiempo significativo al hecho o a la fuente.

Refiriéndose a “los nuevos periodistas”, Wolfe acota que “fomentaron la costumbre de pasarse días enteros con la gente sobre la que estaban escribiendo, semanas en algunos casos. Tenían que reunir todo el material que un periodista persigue (...). Parecía primordial estar allí cuando tenían lugar escenas dramáticas (...)”<sup>4</sup>. Queda claro entonces la importancia de la observación, y en cierta forma la necesidad de un pequeño esfuerzo, si cabe la recomendación, por cambiar ciertas imágenes. El periodista no es sólo un buen hablador semejante al verdulero de mercado que camina con el megáfono en la mano; el periodista debe ser también un investigador de la cotidianidad, incluso un “historiador de las costumbres”, como eran calificados los escritores realistas de la mitad del siglo XIX.

#### EN ACTITUD VIGILANTE

Otra de las anotaciones de Kapuscinski que nos interesa resaltar podría considerarse como subsidiaria de la anterior. En su opinión un periodista debe adoptar la actitud de cazador furtivo, lo que significa estar atento y expectante ante las capturas, que en este caso son los nuevos conocimientos. Expone el maestro polaco que en cualquier otra profesión la experiencia del trabajo diario ayuda a los profesionales a ser más peritos en la ejecución de sus oficios, en cambio en el periodismo la experiencia no sirve de mucho, porque siempre los profesionales de la información se enfrentan a algo nuevo, ya que los hechos y las circunstancias de los seres humanos, que son la materia del periodismo, cambian continuamente. Asimismo, también hay un compromiso con los lectores o espectadores, puesto que acuden a los medios de comunicación esperando las novedades.

“En esta profesión los estudios nunca se acaban. En medicina, en ingeniería o en administración se puede decir que, en algún punto, las carreras terminan; en periodismo esto no es así porque este oficio se ocupa de nuevos datos, nuevos hechos y nuevos problemas”. (Kapuscinski, Ryszard, 2003)

El periodista polaco relató en la conferencia dictada durante su reciente estadía en

“

**Esta situación conduce a otra característica de nuestros tiempos que ha resaltado el periodista polaco; y es que la historia ha pasado a tener dos versiones, aquella que se difunde en las escuelas y en los libros de los expertos, y la difundida por los medios de comunicación**

”

Caracas uno de los ejemplos más dramáticos de los últimos tiempos en lo que se refiere a un ejercicio desvinculado del conocimiento. Con la masacre vivida en Ruanda en 1994, que en cuestión de pocos meses acabó con la vida de alrededor de un millón de personas, miles de equipos de prensa llegaron a ese pequeño país africano, incluso en aviones de la ONU. No obstante, apunta que muchos de los periodistas “no sabían ni siquiera dónde estaban, y presentaban nada más los muertos sin explicar de dónde venía esa muerte masiva”. Comunicaron a millones de personas en el mundo informaciones erradas que a su juicio lograron que en occidente se llegara a propagar la idea racista de que los “africanos son bárbaros e irresponsables”.

Advierte Kapuscinski que esta precariedad no depende únicamente de los periodistas, sino también de las corporaciones mediáticas que manejan la información como una mercancía, prestando atención a aquellas noticias que por su impacto puedan vender más ejemplares y publicidad. Estas industrias envían a sus *media workers* por todo el mundo, como una manada, en busca de las primicias más explosivas, sin permitirles el tiempo suficiente para empaparse del contexto del hecho que van a cubrir. Estos enviados, a diferencia de los tradicionales corresponsales, no realizan su trabajo en base al conocimiento minucioso de una cultura o de una zo-

na geográfica, sino gracias a los guiones prefabricados desde las sedes centrales de sus agencias.

Esta situación conduce a otra característica de nuestros tiempos que ha resaltado el periodista polaco; y es que la historia ha pasado a tener dos versiones, aquella que se difunde en las escuelas y en los libros de los expertos, y la difundida por los medios de comunicación. La pequeña difusión de la primera versión se encuentra en franca minusvalía frente a los poderosos canales de los medios que llegan a millones de personas en todo el mundo, o por lo menos en occidente. Como es obvio, la versión que gana es la de los medios. La información que predominó sobre Ruanda fue la transmitida por las agencias, y no la contenida en las publicaciones de los expertos en asuntos africanos.

#### OTRA DIMENSIÓN DE LA RESPONSABILIDAD

Cuando se habla de la obligación de todo periodista de ser ético y responsable en la recolección y jerarquización de las informaciones, se hace desde la perspectiva de un interés personal. Un profesional de la información que es públicamente reconocido por cubrir los hechos con equilibrio y profesionalismo se gana la credibilidad de sus lectores. En todo caso, el haber sido correcto en su trabajo le proporciona un beneficio. Estamos en presencia de una profesión que por su exposición al público se hace casi transparente. Aquel periodista que por la orientación de sus trabajos es relacionado, aunque sea ligeramente, con algún grupo político o factor de poder, inmediatamente se ganará la desconfianza de algún sector. Es básicamente por esa razón que conviene ser equilibrado en este oficio, ya que la credibilidad es un valor indispensable y vital.

“En el nuevo mundo multimedia, la credibilidad constituye un valor cada vez más en alza y más inexcusable. Quien carece de ella es expulsado del mercado informativo, aunque logre sobrevivir en otros. El periodismo se configura así como juez y parte, al ser, a la vez un generador noticioso, la avanzadilla social que debe afrontar la avalancha informativa general y cumplir su misión de organizarla y hacerla inteligible y útil para la sociedad a la que sirve”. (HERNANDO CUADRADO, Luis Alberto, 2002)<sup>5</sup>

Por el contrario, Kapuscinski aborda la responsabilidad desde una perspectiva

**D**urante la conferencia dictada por Kapuscinski en Caracas, en la sede de la Corporación Andina de Fomento (CAF), uno de los estudiantes de periodismo presente le preguntó al maestro cuáles eran las condiciones o atributos que debía tener un periodista que quisiera dedicarse al trabajo de corresponsal o a la fuente internacional. Transcribimos a continuación la respuesta del periodista polaco, agregando algunos comentarios personales.

#### **UN BUEN CORRESPONSAL DEBERÍA:**

- *Tener buena salud física*, pues en ocasiones se trabaja en condiciones extremas, en medio de guerras, epidemias, enfermedades contagiosas, y otras situaciones de peligro.
- *Tener buena salud psíquica*, debido a los escenarios desoladores que un corresponsal puede llegar a afrontar, tales como matanzas, torturas, masacres, entre otras.
- *No ser arrogante*, que también podría definirse como acercarse con humildad a la información y sus protagonistas. Sería terrible que un periodista se acercara al hecho y a los sitios asumiendo que su contexto cultural o el lugar de donde viene es superior, puesto que esta actitud de prejuicios y “nariz alzada” le impediría aprehender con calidad la información.
- *Estar interesado en otras culturas*.
- *Conocer idiomas*, puesto que vivimos en una Torre de Babel y es necesario entender y hacernos entender.
- *Investigar los problemas internacionales*, es decir, adoptar la posición del cazador furtivo ante nuevos conocimientos que puedan hacer más completos y valiosos los trabajos, ya que existe infinidad de literatura sobre prácticamente todos los temas. Resulta ingenuo y superficial no consultar la mayor cantidad de material que se tenga a la mano sobre los asuntos que se están tratando.

social, y justamente allí está lo interesante de su propuesta. Asegura que los periodistas deben ser responsables porque lo publicado por ellos puede afectar a la persona que les dio la información, es decir, a la fuente. Pero mejor veamos esta reflexión desde las propias palabras del periodista polaco:

“(…) conviene tener presente que trabajamos con la materia más delicada de este mundo: la gente. Con nuestras palabras, con lo que escribimos sobre ellos, podemos destruirles la vida. Nuestra profesión nos lleva por un día, o acaso por cinco horas, a un lugar que después de trabajar dejamos. Seguramente nosotros nunca regresaremos allí, pero la gente que nos ayudó se quedará, y sus vecinos leerán lo que hemos escrito sobre ellos. Si lo que escribimos pone en peligro a esas personas, tal vez ya no puedan vivir más en su lugar, y quién sabe si habrá otro sitio adonde puedan ir”. (Kapuscinski, Ryszard, 2003)

Si se piensa bien, lo que el periodista polaco nos plantea es un sacrificio. En los manuales periodísticos y en las escuelas de formación se sugiere, aunque sea solapadamente, que el periodista debe ser una persona arrojada, en el sentido de que si su conciencia se lo pide, debe publicar la realidad que ha captado aunque sea delicada. No hacerlo por miedo a las reacciones significa caer en la falta deontológica conocida como autocensura. Todo ello tiene mucho de verdad, no obstante, lo que Kapuscinski nos asoma, quizás también solapadamente, es que la autocensura es quizás más incorrecta cuando el periodista la utiliza para resguardar su integridad, aunque indudablemente cada quien tiene derecho a cuidarse; pero cuando la autocensura se hace por proteger a otro, más que caer en una falta, se está haciendo un acto casi heroico, porque significa desaprovechar la oportunidad de una buena primicia, el ansiado tubazo, por preservar al otro, que inmediatamente pasa a ser más que una fuente, para convertirse en un amigo que nos ha ayudado.

Esta perspectiva de la responsabilidad envuelve otro atributo que el maestro enfatiza continuamente: el periodista debe afrontar su oficio con humildad. Acercarse a otros para obtener información implica tratar a nuestras fuentes como personas valiosas, cuyo contexto cultural, aunque difiera mucho del nuestro, es igual de válido e interesante. El periodista polaco practicó constantemente esta actitud ante la profesión, pues buena parte de su vida

transcurrió entre las comunidades africanas, juzgadas como bárbaras por muchos occidentales, pero retratadas con altura y dignidad en sus libros.

#### **COMENTARIO FINAL**

En sus conferencias Ryszard Kapuscinski ha abordado muchos otros matices por demás interesantes, como la globalización en los medios, que ni siquiera hemos asomado en esta breve reflexión. Hemos querido remitirnos básicamente a tres aspectos: el periodista como observador acucioso; como cazador furtivo; y como responsable de sus palabras. Creemos que en el contexto político venezolano, en donde el periodismo en muchos casos ha pasado de ser una mediación social para transformarse en una militancia sutil, resulta conveniente proponer, y por supuesto no concluir definitivamente, estos temas siempre inconclusos.

■ **Iván Alonso**  
Asistente del Consejo  
de Redacción de Comunicación

#### **Notas y referencias bibliográficas**

- <sup>1</sup> KAPUSCINSKI, Ryszard (2003): **Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)**. México: Fondo de Cultura Económica.
- <sup>2</sup> Este artículo de Gabriel García Márquez puede consultarse en el sitio web [www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org)
- <sup>3</sup> WOLFE, Tom (2000): **El Nuevo Periodismo**. Madrid: Anagrama.
- <sup>4</sup> Ibidem
- <sup>5</sup> HERNANDO CUADRADO, Luis Alberto (2002): “Sobre la configuración lingüística del mensaje periodístico”. En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo I, Vol. 8, pp. 261-274.

# comunicación

## REQUISITOS PARA EL ENVÍO DE COLABORACIONES

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, Altigracia. 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**

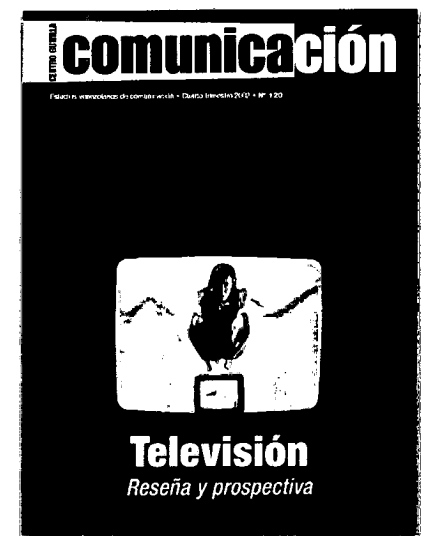
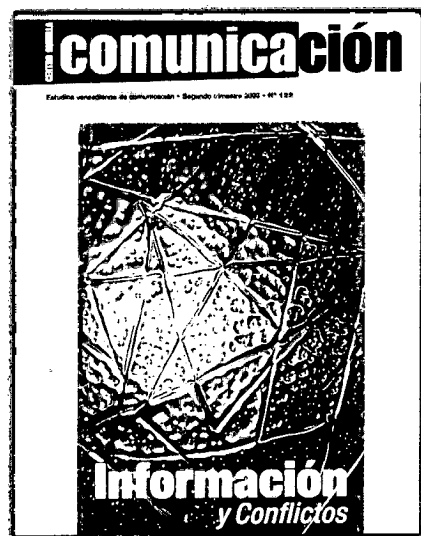
GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999): "El Consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coordinador): *El consumo cultural en América latina*. Santa-fé de Bogotá: Convenio Andrés Bello. pp 26-47

- **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.



# Michel Maffesoli

## y el gusto por la invención de problemas

*El destacado sociólogo francés Michel Maffesoli visitó recientemente varias universidades venezolanas en labor académica. Durante estos encuentros se pudieron escuchar disertaciones sobre los que han sido los temas de reflexión de este especialista, tales como violencia, dominación, estética, lo imaginario, lo dionisiaco, neotribalismo, nomadismo, posmodernidad, entre otros. En el presente trabajo Pedro Alzuru realiza un recorrido comentado de la obra de Maffesoli, para concluir que al sociólogo francés más que gustarle las agotadoras e infructíferas discusiones, lo que prefiere es plantear problemas como vía para el conocimiento.*

### ■ Pedro Alzuru

Con la publicación de *Logique de la domination* (1976) irrumpe Michel Maffesoli en el escenario de la sociología francesa contemporánea como una de sus más prometedoras figuras. Ya había publicado para entonces: *La technique chez Karl Marx et Martin Heidegger* (1970) y, en colaboración con André Buston, *La domination sans fard* (1974).

Apenas un año después fue publicado en español su libro del 76 y desde entonces, tanto en Francia como en gran parte del mundo donde su obra ha sido traducida, esa promesa se ha concretado. Una producción ininterrumpida, que pasa tanto por objetos tradicionales como por nuevos o casi no abordados objetos de las ciencias sociales, la filosofía, la estética, está allí, interpellando y estimulando a todo aquel interesado en la contemporaneidad. La violencia, la dominación, lo imaginario, lo dionisiaco, la razón, el conocimiento, el neotribalismo, el nomadismo, la posmodernidad, etc., han pasado a ser, gracias en gran parte a él, tópicos necesarios e inevitables del pensamiento sociológico actual.

En aquel su primer libro exitoso, en medio de aquella década marcada en Francia por la efervescencia de las perspectivas estructuralistas, semiológicas, psicoanalíticas, entre otras, se plantea que a diferencia de otros períodos históricos

en los cuales la dominación funcionó de una manera brutal, mediante relaciones de clases represivas, asistimos en la actualidad a un reacomodo de las posiciones y de las relaciones sociales que genera el desarrollo de una lógica de la dominación. Partiendo de Barthes y de Faye, el autor aprehende la ideología, como uno de los lugares privilegiados donde se configuran las nuevas formas sociales. Penetra en la comprensión del presente de manera directa, a partir de aproximaciones sucesivas sobre el deseo, la utopía, lo imaginario y la ideología, dándonos una primera contribución significativa en la conformación de su ingeniosa teoría social.

El eje central de *La violence totalitaire (essai d'anthropologie politique)* (1979a), es la comprensión de la antropología política como la superación de las fronteras erigidas entre los distintos aspectos de la vida social y entre estos y la vida natural.

Estas barreras se desmoronan poco a poco, podríamos decir que por saturación un ciclo social fundado en el progreso histórico, en la huida hacia delante dirigida por la fe en la ciencia y en la tecnología, se acaba y ocupa su lugar otro ciclo, otra concepción del tiempo centrada en el presente.

A partir de tales premisas se ponen en cuestión las grandes "formas" o "los grandes relatos", como también han sido calificados, que son la Revolución, el Progreso,

el Poder, el Servicio público, mostrando su relatividad y evidenciando su fracaso.

Tales planteamientos se prolongan y profundizan en su texto *Essais sur la violence banale et fondatrice* (1984), donde se propone comprender la ambivalencia de la violencia, su aspecto polifónico, la fascinación que ejerce sobre el animal humano y su presencia constante en la historia.

Sin pretender dar una solución única y definitiva, este libro se propone sobre todo subrayar los aspectos institucionales de la violencia. Luego, insiste en su dimensión fundadora. Finalmente, muestra que en el desbordamiento pasional "orgiástico" o en la resistencia banal de la vida de todos los días, aparece frente a nosotros.

Es verdad que esta misteriosa violencia nos obnubila, ocupa nuestra vida y nuestros debates, taladra nuestras pasiones y razones. Pero puede ser preferible al fastidio mortal de una vida social aséptica.

La riqueza y la densidad de lo cotidiano, este es el planteamiento central de *La conquête du présent (pour une sociologie de la vie quotidienne)* (1979b), son alérgicos al positivismo esquemático porque los actos y las situaciones que los expresan no se agotan en una causalidad o en una teleología que les daría sentido.

Aquí Maffesoli se propone elaborar una "sociología de las circunstancias" que tiene por objeto la banalidad de la vida de todos los días. Los actores sociales no son



ingenuos en relación con los valores que implican sus prácticas, ellos los usan pero saben que son "usados" también por ellos. El rito es una de las formas de expresar esta astucia estructural, a la vez que muestra la teatralización y el hedonismo que constituyen el interés del presente.

En *L'ombre de Dionysos (contribution à une sociologie de l'orgie)* (1982), uno de sus textos fundamentales a nuestro modo de ver, nuestro autor desarrolla la propuesta de que con frecuencia el exceso es la vía más segura para lograr alcanzar la sabiduría; en todo caso, nos permite comprender el funcionamiento de la pasión, elemento fundamental para la comprensión de toda vida en sociedad.

Sea que partamos de los datos históricos o de las situaciones de la vida cotidiana, este libro pretende mostrar la amplitud y la constancia de los fenómenos orgiásticos, es decir de la "circulación del sexo" que, al lado de la circulación de los bienes y de la circulación de las palabras, es un componente estructural de la socialidad.

Por otro lado, demuestra que la referencia, bajo las formas más diversas, a la figura arquetipal de Dionisio es precisamente aquello que permite negociar con el carácter aplastante de las instituciones.

Finalmente, quiere hacer evidente la potente ética hedonista que desde finales del siglo XX, parece surgir desde el seno de lo cotidiano. De aquí que, aprovechán-

ZAPATA



dose del fracaso de las grandes ideologías y de la saturación de las formas políticas y económicas, vemos como se asoma sobre la modernidad la sombra de Dionisio. Esto hace de esta obra un libro de prospectiva social.

La reflexión sobre lo dionisiaco se prolonga en uno de los últimos textos de Maffesoli, *La part du diable (précis de subversion postmoderne)* (2002), al prometeísmo moderno estaría sucediendo la figura más compleja de Dionisio, evidencia de la afirmación de la pluralidad de la persona. Esta pluralidad, esta entereza de lo dionisiaco implicaría el “mal”. Bajo la ideología -hegemónica durante la modernidad- del *homo economicus* se entendió el individuo como un eje autosuficiente de la sociedad y, en consecuencia, se quiso postular la superación de la imperfección. Opuestamente la reafirmación de la persona plural, en un mundo pluricultural, conduce a integrar el mal como un elemento entre otros de la vida humana individual y colectiva.

Uno de los retos de la mutación actual es entonces para Maffesoli reconocer “la parte del diablo”, hacer un buen uso de ella con el fin de que no sumerja a todo el cuerpo social, no crispamos ante este dato de lo dado, de lo que es, lo que nos llevaría de alguna manera a obviar la naturaleza universal o a pretender cambiarla. Sin canonizarlo pero sin estigmatizarlo, debemos reconocer lo anómico como un componente de nuestras vidas.

El exceso, el demonismo, las múltiples efervescencias (musicales, deportivas, carnavalescas, eróticas, etc.) que caracterizan la cultura contemporánea, están ante nuestros ojos afirmándonos que Dionisio es el “rey clandestino” de esta época.

En *Le temps des tribus (le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse)* (1988), uno de sus textos más polémicos, más a contrapelo de los lugares comunes de la sociología moderna, Maffesoli se dedica a mostrarnos la irresistible transformación de las sociedades modernas. La fragmentación del cuerpo social, el agotamiento de las instituciones, el desmoronamiento de las ideologías, la transmutación de los valores: detrás de la sociedad de masas, que durante mucho tiempo definió una de las formas de la modernidad, se perfilan a partir de ahora las nuevas figuras de una socialidad exuberante y polimórfica.

Este ensayo es el diagnóstico razonado de las sociedades actuales, una exploración metódica de sus metamorfosis. Cuando el sentimiento y la emoción sustituyen a los ideales de la razón, y a la lógica de la identidad sucede la lógica del afecto, hemos en-

“

**La reafirmación de la persona plural, en un mundo pluricultural, conduce a integrar el mal como un elemento entre otros de la vida humana individual y colectiva. Uno de los retos de la mutación actual es entonces para Maffesoli reconocer “la parte del diablo”, hacer un buen uso de ella con el fin de que no sumerja a todo el cuerpo social**

”

trado en la era de las “tribus”, de las redes, de los pequeños grupos y vivimos el momento de las agrupaciones efímeras y efervescentes. En este libro el autor agrega elementos para la conformación de una auténtica sociología del presente.

La lectura de este texto, la discusión que ha generado esta tesis del neotribalismo, deja en el lector una interrogante que reapareció en una de las intervenciones que tuviera el sociólogo francés en la visita que hizo recientemente a nuestro país (Caracas, Maracaibo, Valencia, abril 2004). En este contexto donde las tendencias globalizantes desdibujan las fronteras nacionales, y donde el individuo moderno -unidad racional, consciente, partícula del contrato social que dirige su biografía y se inserta en el proceso social para transformarlo-, es sustituido por la persona posmoderna -plural, multiforme, con múltiples identificaciones, que se inserta en las tribus para negociar con los Estados desde una posición más ventajosa-, ¿dónde se insertan a su vez las tribus? En su respuesta se anunció lo que probablemente estará contenido en uno de sus próximos libros, las tribus se insertan en los imperios, pero no en los imperios como se han interpretado hasta ahora, en el sentido leninista del término, sino en los imperios entendidos como culturas regionales que trascienden los Estados nacionales, confor-

mando especificidades que estructurarían la geopolítica actual (por ejemplo: Europa occidental, Norteamérica, el sudoeste asiático, el Caribe, los países islámicos, etc.).

Pero ¿cómo dar cuenta de una época donde todo se hace fluido, donde los valores fluctúan según los acontecimientos generalmente incontrolados, donde las variables tradicionales se borran y donde el “espíritu del tiempo” parece escapar a los observadores más advertidos? ¿Cómo comprender o simplemente describir las sociedades atrapadas en un movimiento de permanente transformación y de permanente renovación de sus estructuras más esenciales?

Después de *Le temps des tribus*, Maffesoli continúa su investigación de lo social. *Du nomadisme (vagabondages initiatiques)* (1997), propone una visión renovada del continente humano y muestra que a la fragmentación creciente de las sociedades corresponde una autonomía reforzada del individuo. Hasta ahora bloqueado en los roles sociales predefinidos -oficio, familia, etnia, nación, sexo, religión, etc.-, éste se concede una ganancia, una plusvalía de libertad. Imaginario, placer, deseo, fiesta, sueño, se convierten en las claves de su rebelión silenciosa. Literalmente fluye y circula sin descanso, errando al azar de sus pulsiones, de sus gustos y de sus fantasías.

En estas páginas incisivas, nuestro autor analiza lo impensado de las sociedades actuales y desarrolla una arqueología razonada del inconsciente colectivo contemporáneo.

De forma paralela a la publicación de estos textos intempestivos, empíricos se podría decir, que nos muestran las tendencias culturales de las sociedades actuales en el mismo momento en que se están formando, este profesor de La Sorbonne, en la tradición de la prolífica corriente neonietzscheana francesa, donde contaríamos a Klossowski, Foucault, Deleuze, entrega al público también textos más teóricos, que quieren fundamentar su itinerario intelectual.

*La connaissance ordinaire (précis de sociologie compréhensive)* (1985), plantea que el conocimiento no puede reducirse a una concepción de la ciencia heredada del siglo XIX. En un momento en el cual se esboza una mutación social, es necesario recurrir a una audacia del pensamiento que sepa precisamente dar cuenta de la preeminencia de la comunicación, de la información sobre la acción y la producción. Inaugurando la era burguesa, el Fausto de Goethe anunciaba “en el inicio

estaba la acción". Al parecer en la posmodernidad, el verbo, y con él la imagen, reencuentran su importancia.

Audacia del pensamiento; insolencia también. Más allá de los conformismos intelectuales que reposan en un fundamento que no se puede deslastrar de lo moral y de lo político, este libro tiene la ambición de permitir la descripción y el análisis de las formas de la socialidad que están emergiendo en nuestro presente. Por supuesto, para ello necesita desmontar los procedimientos clásicos de la sociología y las certezas reconfortantes.

Una sociedad dominada por la economía (economía de sí mismo y economía del mundo) está siendo sustituida progresivamente por otra donde lo cultural y lo estético resurgen para ocupar un lugar determinante. Poder percibir esto, "ver la hierba crecer", "oír las pisadas de las palomas", es lo que se puede llamar un saber dionisiaco.

Este esfuerzo tiene su continuidad en *Eloge de la raison sensible* (1996), donde se constata que frente a las fragmentaciones del campo social, a su dislocación en clanes, tribus, grupos sociales inéditos, donde los lazos económicos, culturales y profesionales ya no funcionan como factores de unidad durables, nuestros esquemas de comprensión se han hecho evidentemente insuficientes. Nos describen un mundo que ya no existe y contribuyen, cada día mas, a oscurecer nuestra lectura de los fenómenos tal y como se despliegan frente a nosotros. Aquellos esquemas buscan en estos fenómenos finalidades, objetivos, proyectos y con mucha frecuencia no los encuentran.

Era entonces urgente proponernos un "nuevo reto" teórico, una caja de herramientas conceptuales renovada, capaz de traducir las realidades de hoy, de dar cuenta tanto de los movimientos y tendencias juveniles como de la transformación de las costumbres y de las reacciones, a veces inusitadas, de determinados estratos sociales.

Esta es la tarea de Maffesoli al formularnos aquí una pertinente contribución, verdadero tratado de desciframiento del mundo contemporáneo que opone a las zonas del racionalismo las intuiciones y fulguraciones de la razón sensible. Una manera de aproximarnos a lo real en su fluidez, en su complejidad, de levantar una topografía de lo aleatorio y de lo incierto, para seguir las líneas de fusión y de efervescencia de lo social, para percibir el rumor sordo que produce el replanteamiento de las capas tectónicas de la vida colectiva.

66

**Una sociedad dominada por la economía (economía de sí mismo y economía del mundo) está siendo sustituida progresivamente por otra donde lo cultural y lo estético resurgen para ocupar un lugar determinante**

99

Este es un libro de método, como *La connaissance ordinaire*, juntos pueden leerse como un nuevo breviario del "espíritu del tiempo".

Hay algunos textos suyos más explícitamente situados en el campo de la estética, aunque toda su reflexión, debemos señalarlo, tiene que ver con ello, en él la filosofía y la sociología adquieren una fuerte tonalidad estética, por las razones ontológicas que ya un siglo antes había desarrollado Friedrich Nietzsche. Tal es el caso de *Au creux des apparences* (1990) y de *La contemplation du monde (figures du style communautaire)* (1993). En este texto, se dedica a demostrarnos que la posmodernidad significa, entre otras cosas, el advenimiento de una "sociedad de la imagen". Como si a la fragmentación de lo social hubiera seguido, poco a poco y necesariamente, la pulverización masiva de nuestras representaciones de lo real y su refracción infinita. Vivimos ahora en el seno de un entrecruzamiento cada vez más complejo de objetos, de signos y de imágenes, entre sueño y realidad, prisioneros sin cadenas de un universo simbólico y catódico caracterizado por una opacidad creciente y por significaciones misteriosas.

Con *La contemplation du monde*, Maffesoli prosigue y prolonga su trabajo de desciframiento de las sociedades contemporáneas, interrogando de nuevo lo cotidiano, tratando de aproximarse lo mas cerca posible a sus formas, su estilo, sus reglas y sus principios. En el corazón de su análisis: la estética, los lazos discretos

que regulan y organizan el conjunto de nuestras representaciones, la materia remodelada de nuestro imaginario y de nuestros fantasmas.

Es necesario ahora, nos explica, retomar la exploración del "vasto ámbito del imaginario colectivo". Redistribuido, recompuesto, reinventado, en él se expresan a la luz del día los retos y las normas de la nueva socialidad. Su lectura permite comprender mejor qué ocurre en y con la cultura hoy en día y ayuda a percibir, en el *bululú* de las ideas, los lineamientos todavía tímidos del "ideal comunitario". Este texto nos permite iniciarnos en el estilo y en el alfabeto de la posmodernidad.

Asumirse abiertamente preocupado, situado, interpelado y plantearse el propósito de hacer una sociología de la posmodernidad, es algo que tiene sus riesgos, no por el tema en sí sino por las alcabalas y los funcionarios del pensamiento que se empeñan en seguir buscando el objeto perdido en la zona iluminada. Estos riesgos nuestro autor los ha asumido en los textos antes señalados y aún más explícitamente en uno de sus últimos libros, *Notes sur la postmodernité* (2003).

Se pregunta ¿de dónde venimos nosotros?, ¿cuáles son esos valores sociales que se impusieron progresivamente para constituir lo que hoy llamamos modernidad pero que no era, después de todo, sino la "posmediavalidad"? Y responde: ya sabemos que nada es eterno. Todo se rompe, todo pasa, todo cansa. Eso que hoy nos parece evidente se elaboró a partir de la implosión de la Edad Media. El profesor de sociología de *La Sorbonne*, resume con una expresión de Auguste Comte, fundador de la escuela sociológica francesa, de la que él mismo es una de las expresiones más exitosas en este momento, la evidencia de lo moderno: "reductio ad unum". Es verdad que en todos los ámbitos, la unidad del mundo y de las representaciones se impuso, pero muy particularmente en los dominios de la política, de lo social y de la ideología.

A imagen de lo que la arquitectura nos dice sobre el posmodernismo, la posmodernidad naciente es una construcción plural, hecha de "fragmentos" diferentes. Es este mosaico que los textos de este libro intentan aclarar: crítica de la doxa individualista, importancia de lo lúdico y de la función arquetipal, necesidad -contra el racionalismo dominante- de poner en el tapete una "razón sensible" y, finalmente pero no menos importante, el aspecto esencial del espacio, el espacio creador de lazos. Esto es lo que con coraje y lucidez

es necesario pensar, tanto más si como decía Víctor Hugo, en otra época, “nada para una idea cuyo tiempo ha llegado”.

En uno de sus últimos textos, *Le voyage ou la conquête des mondes* (2003), nos plantea que el viaje ha estado desde siempre en el centro del imaginario humano. Apoyándose en los mitos, muestra en qué el viaje es por naturaleza “iniciático” y está en el centro de la dialéctica sedentario-nómada. Explora las figuras arquetipales del viajero, del caballero errante, del sabio cosmopolita. Muestra en qué el viaje es un intento de relación con la alteridad, eso que une el aquí y el allá, eso que une esos polos contradictorios que son el hogar y la aventura.

Así, la relación con lo extraño y con lo extranjero, la ambigüedad que esta relación induce, el policulturalismo inherente a la “reliance” social, abre a referencias diversas y permite acceder a una plenitud que el racionalismo y el positivismo no le reconocen: el viaje es una apertura constante a lo otro, donde la “presencia invisible” se hace sentir de otra manera.

Podemos concluir este paso a vuelo de pájaro, sobre los textos esenciales de Maffesoli, con la reedición en 2003 de *L'Instant éternel. Le retour du tragique dans les sociétés postmodernes*. En el prefacio a esta segunda edición, entre otras cosas, el autor afirma que con frecuencia tenemos miedo de lo que es, pero el destino está allí para recordárnoslo. Esto es muy simple, pero la simplicidad no se acepta fácilmente, preferimos la tranquilidad de las evidencias, de los conceptos aceptados y de las poses intelectuales, escuchar a aquellos que saben sobre todo y nuestra época no escapa a este fenómeno.

El ensayo es el riesgo del verdadero pensamiento, este ensayo publicado inicialmente en el 2000, se proponía encontrar la adecuada perspectiva teórica para ver la reemergencia de lo trágico. Unos meses más tarde el derrumbamiento de las Twin Towers en New York nos confirmaba que el comercio mundial ya no estaba al abrigo del riesgo. El riesgo se ha convertido en un dato que no podemos esquivar.

Algunos vieron en ello el evento que hará que ya nada sea igual, nuestro autor prefiere afirmar que se trata del advenimiento, más bien del retorno, del sentimiento trágico de la vida. Lo mismo se puede afirmar de los sucesos políticos en distintas regiones del mundo, la vida política y social no es un largo río tranquilo, bien canalizado, con un cauce controlado; las tácticas, las estrategias y otros análisis

“

**Se pregunta ¿de dónde venimos nosotros?, ¿cuáles son esos valores sociales que se impusieron progresivamente para constituir lo que hoy llamamos modernidad pero que no era, después de todo, sino la “posmediavalidad”?  
Y responde: ya sabemos que nada es eterno. Todo se rompe, todo pasa, todo cansa**

”

”

salidos de las filosofías políticas del siglo diecinueve esencialmente.

Ha habido otros sismos y habrá otros, que traducirán la profunda mutación que se desarrolla frente a nosotros. Deslizamiento de la historia, segura de sí misma hacia un destino mucho más caótico, lejos de la ideología del “riesgo cero” que pretendió predominar en el presente.

Los encantamientos moralistas ya no tienen efecto, el presente en su intensidad se impone, el instante es el horizonte en el que se reconoce la creatividad cotidiana. Podemos lamentarlo, pero es urgente que pensemos la nueva ética que este fenómeno genera. En sentido estricto, “ethos”, lugar en el que habitamos, que compartimos con otros, amor por este mundo, desinterés por las utopías, un situacionismo generalizado de alguna forma.

Emerge así lo que se ha venido llamando posmodernidad: agotamiento del ideal prometeico, saturación de la racionalización tecnocrática de la naturaleza, fin del control social con las redes del racionalismo. Nada hacemos con buscar al enemigo que ha provocado este desmoronamiento.

Las tribus posmodernas surfean en Internet, su mundo no tiene fronteras, sus “zonas de autonomía temporal” hacen poroso el tejido social, ellas son expresión de un ideal comunitario en gestación, respuesta a este retorno de lo trágico. En su insolencia ingenua estos nuevos bárbaros

saben que la tribu y la solidaridad que engendra es un buen medio para darle la vuelta a una vida social hecha de cosas cambiantes e inciertas. Este pensamiento sabe reconocer en la paradoja el nuevo paradigma de nuestro tiempo, la temática de lo trágico es un llamado a pensar el reencantamiento del mundo.

En *La transfiguration du politique, la tribalisation du monde* (1992), Maffesoli se dedica a un aspecto que no es precisamente su fuerte, lo político, al menos en una primera aproximación, pero se trata justamente de su transfiguración.

Hoy en día uno de los lugares comunes más vendidos del discurso de los especialistas se sostiene en la certeza de que el mundo cambia. Casi una obsesión, un leitmotiv porfiado que proclama que las sociedades desarrolladas implosionan, pierden sus referencias fundamentales, repudian sus ideologías y liquidan sus valores ancestrales.

Si bien este diagnóstico tiene sus fundamentos, es importante sin embargo comprender algunos fenómenos que puede ocultar. La transfiguración de lo político inicia esta reflexión, el análisis de eso que podemos llamar la cultura del sentimiento, cuyos componentes fundamentales son la vivacidad de las emociones y el deseo de lo inútil.

Genealogía de lo político, exploración de lo social en el momento de su mutación: Maffesoli define aquí algunas de las figuras singulares del presente.

En este punto en particular podemos asomar una ligera diferencia con este pensamiento que aquí hemos ensalzado, no tanto una diferencia sino un desfase. Creemos que uno de los rasgos de esa transfiguración de lo político en las sociedades desarrolladas es que los ciudadanos comunes, los hombres ordinarios, aquellos que no están poseídos por la *libido dominandi* sino simplemente por la *libido sciendi* o, más discretamente, por la *libido sentiendi*, pueden si ese es su propósito y sin que eso les cueste nada, *pasar* -en el sentido que le dan los españoles a este término- de la política y de lo político, no porque crean ingenuamente que este no sea un elemento que tiene que ver con toda vida humana sino porque no les interesa, quieren dedicarse a otras cosas que consideran más enriquecedoras para ellos y para la sociedad, quieren salir de la monocefalia político-económica que caracterizó a las sociedades modernas y que al parecer, según nuestro autor, está dejando de caracterizar a las sociedades posmodernas.

En los países latinoamericanos, en Venezuela, lamentablemente, no podemos todavía *pasar* de lo político gratuitamente, no existen una eficacia institucional ni una desdramatización de las luchas sociales y de clases que lo permitan. El hombre ordinario todavía, y generalmente para mal, tiene que vérselas con este legado moderno, en eso no somos nada posmodernos.

Otro aspecto del pensamiento de Maffesoli que no queremos dejar de lado en esta presentación, tiene que ver con unas características que han sido atribuidas a otro pensador, a Gilles Deleuze (Elie During, Magazine littéraire, No 406, febrero, 2002).

Deleuze manifestó de manera constante, dice During, un sentimiento de fastidio y hasta cierta hostilidad frente a las discusiones filosóficas, y en una cultura de la opinión y del debate democrático es mal visto mostrar tan claramente ciertos desprecios.

Aunque Maffesoli es un excelente polemista, tanto en los debates de prensa en los que se ha visto forzado (por la doxa sociológica) a participar, como en el escenario de las aulas universitarias y de los eventos intelectuales, se nos hace que comparte con Deleuze "cierta hostilidad frente a las discusiones filosóficas", aunque su *politesse* no le permita expresarlo tan abiertamente.

A la filosofía no le gustan las discusiones porque siempre tiene otra cosa que hacer. Discutir es un juego particular del lenguaje, un práctica dialógica que parte de ideas y de opiniones, para aprobarlas, justificarlas o rechazarlas, determinar su validez, su valor de verdad.

Discutir es un ejercicio narcicista donde a cada cual le toca el turno de hacer de galán: al poco tiempo ya no se sabe de qué se habla. Tampoco se gana mucho oponiendo la argumentación y el análisis serio a la inspiración genial del poeta filósofo. Entonces no hay discusión posible: los conceptos son como los sonidos, los colores o las imágenes, intensidades que nos convienen o no, que aceptamos o no, una filosofía se toma o se deja.

Por estas afirmaciones, During cataloga la filosofía de Deleuze como una filosofía sin discusión. Podríamos, salvando las diferencias, referirnos a la obra de Maffesoli como una sociología sin discusión. Ambas prefieren la conversación privada y la libre relación con las obras en vez del debate público y la ética de la discusión argumentada, el trabajo solitario en vez de la cooperación dialógica. ¿Hasta

qué punto el argumento puede tener un valor filosófico? ¿En qué medida los problemas filosóficos deben ser problemas compartidos? ¿Cómo discutir si no tenemos un piso común de problemas, y por qué discutir si tenemos uno?

La afirmación deleuzeana de que en la filosofía se trata de encontrar un problema y en consecuencia de plantearlo, mucho más que de resolverlo, se puede atribuir perfectamente a la sociología maffesoliana. Una fuerza activa, un problema, no tiene que refutar nada para afirmarse, la voluntad de discutir es una manera de ver las diferencias y los problemas como oposiciones y contradicciones.

La discusión no es solamente penosa, no es solamente inútil, es también dañina, desnaturaliza los problemas y la misma facultad de evaluarlos. Si no fabricamos nuestros problemas con elementos tomados de donde sea, si alguien nos los "plantea", ya no tenemos mucho que decir. Construir el problema es lo importante, inventamos el problema antes que la solución. Y eso no se hace en una entrevista, en una discusión o en una ponencia, las discusiones siempre nos hacen correr el riesgo de llevarnos a un devenir reactivo que nos impide situarnos desde el punto de vista de los problemas, verdadero lugar de la invención filosófica. Maffesoli ha inventado un problema, varios problemas.

### ■ Pedro Alzuru Profesor de la Universidad de los Andes (ULA)

#### Bibliografía de Michel Maffesoli

- Logique de la domination*, París, PUF, 1976.  
*La violence totalitaire*, París (1979) Réed. Desclée de Brouwer, 1999.  
*La conquête du présent, sociologie de la vie quotidienne*, París (1979) Réed. Desclée de Brouwer, 1998.  
*La dynamique sociale, la société conflictuelle*, Thèse d'Etat, Lille, Service des publications des thèses, 1981.  
*L'ombre de Dionysos, Contribution à une sociologie de l'Orgie*, París 1982. Réed. Le Livre de poche, 1991.  
*Essai sur la violence banale et fondatrice*, París, Méridien-Klincsieck, 1984.  
*La connaissance ordinaire, Précis de sociologie compréhensive*, París, 1985.  
*Le temps des tribus; Le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes*, (París, 1988) Troisième édition éd. La table Ronde, París, 2000.  
*Au creux des apparences, Pour une éthique de l'esthétique*, París, Plon, 1990.

*La transfiguration du politique, la tribalisation du monde*, París, Grasset, 1992.

*La contemplation du Monde, Figure du style communautaire*, París, 1993 Réed. Le Livre de Poche, 1996.

*Eloge de la raison sensible*, París, Grasset, 1996.

*Du Nomadisme Vagabondages initiatiques*, París, Le Livre de Poche, 1997

*Le Mystère de la conjonction*, Montpellier, Fata Morgana.

*L'instant éternel. Le retour du tragique dans les sociétés postmodernes*. Éd. Denoël, París, 2000.

*La Part du diable. Précis de subversion postmoderne*. Ed. Flammarion, París, 2002.

Notes sur la Postmodernité: le lieu fait lien, suivi de la Hauteur du quotidien par Patrick Tacussel, Collection IMA/ Le Félin, 2003.

#### Libros en colaboración

*La violence fondatrice*, en colaboración avec A. Pessin, París, Ed. Champ Urbain, 1978.

*Violence et transgression*, en colaboración avec A. Bruston, París, Ed. Anthropos, 1979.

*La galaxie de l'imaginaire, dérive autour de l'oeuvre de Gilbert Durand*, Sous la direction de Michel Maffesoli, Ed. Berg. International, 1980.

*Les Sociologies I*, sous la direction de Georges Balandier et Michel Maffesoli, Tome 1, Cahiers Inter-Sociologie, París, PUF, 1981.

"Le pluriel", Introduction en colaboración avec G. Balandier aux *Actes du colloque Les Sociologies*, in *Recherches Sociologiques*, Vol. XIII, N° 1/2, Strasbourg, Université Catholique de Louvain, les 13, 14, 15 Mars 1981, pp. 5-10.

*Les Sociologies I*, Sous la direction de Georges Balandier et Michel Maffesoli, Tome 2, *Recherches sociologiques*, Louvain, 1982.

*Une Anthropologie des Turbulences. Hommage à Georges Balandier*, Sous la direction de Michel Maffesoli, París, Berg éditeurs, 1985.

"The Sociology of Everyday Live" (*Epistemological Elements*), in *Current Sociology*, ISA, The Sociology of Everyday life, Vol. 37, N° 1, London, Sage Publications, Editor M. Maffesoli, Spring 1989, pp. 1-16.

*The Social Imaginary*, in *Current Sociology*, Vol.41 No 2 Sage Publication 1993.

#### Libros en español

*Lógica de la Dominación*, Ed. Península, Barcelona 8, 1977.

*La Violencia Totalitaria*, Ed. Herder. Barcelona 1982.

*El Tiempo de la Tribus*, Ed. Icaria. Barcelona 1990.

*La Política y su doble*, UNAM, México 1992.

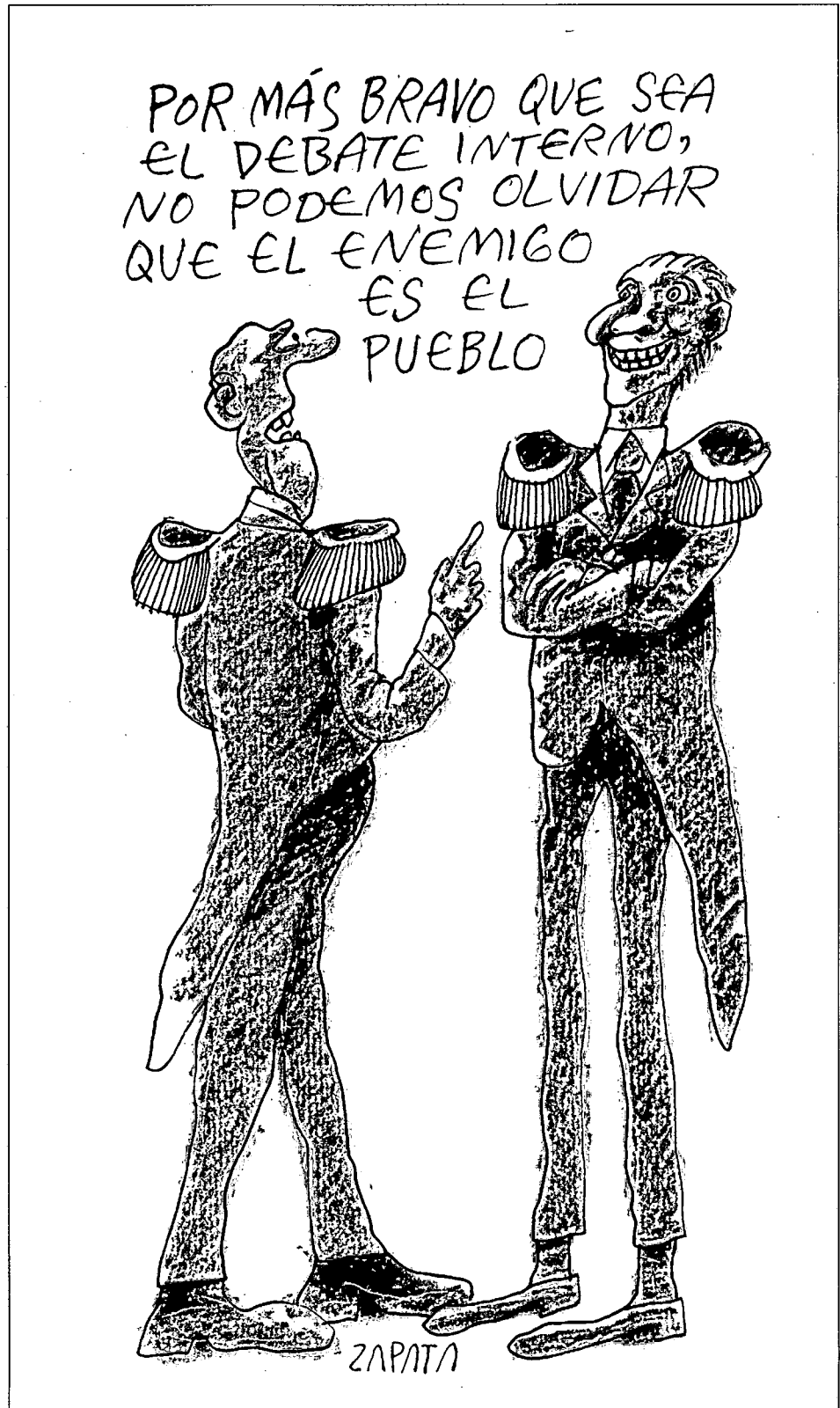
*El Conocimiento ordinario*, Fondo de Cultura Económica, México 1993.

*De la Orgía, una aproximación sociológica*. Ed. Ariel. Barcelona 1996.

# Antonio Pasquali:

*En el artículo anterior dedicado a este autor (Comunicación N°124), David De Los Reyes trató los temas en torno a la teoría crítica desarrollada por la Escuela de Frankfort junto al concepto de comunicación desarrollado en su obra. Ahora aborda la visión y crítica de los Medios de Información / Comunicación de masas concebido por Pasquali.*

■ **David De los Reyes**



# El medio de los medios

## ¿MEDIOS DE COMUNICACIÓN O DE INFORMACIÓN?

Los medios de comunicación (m.c.) los define nuestro autor como canales artificiales empleados para vehicular lenguajes simbólicos adoptados por los hombres en tanto seres racionales transmisores-receptores. En un sentido amplio, medios de comunicación son todos los lenguajes significantes (que son más convencionales, *naturales* que artificiales); son vehículos que por medio del signo se excitará a un receptor adjuntándole un sentido o significado (como el lenguaje *hablado*, el *visual*, *musical*, etc.). Respecto a su función primaria todo signo o significante ha de hacer referencia a un concepto significativo y, oportunamente, poder ser comunicado.

Pero los m.c. estuvieron cercados al comprenderlos como canales artificiales de transmisión inventados por el hombre para enviar a un receptor (de manera cualitativa y eficaz a un mayor número) mensajes significantes de cualquier tipo y expresados por diversas y alternas simbologías.

En esta primera aproximación al tema, AP deja claro que todo aparato técnico sólo permite una comunicación *artificial*. El atributo *natural* de la comunicación lo remite sólo a los *órganos aferentes-eferentes de la sensibilidad*: ellos siempre ocuparán los extremos de una relación comunicativa. Y estos m.c. *artificiales* vendrán a realizar una conmutación, codificación o *enciframiento* del signo original a *clave mecánica, química o eléctrica*, sometidos a un *estándar*, para poder ser transportados a distancia, (ello va desde señales de humo hasta lo que hablamos hoy de *bits* o *dígitos*, p.ej.). Se concluye que los signos o significantes son portadores directos de significados; los medios de comunicación sólo sus transportadores: el mensaje muta en él a un proceso de *enmaterialización en canal*. Ello ocasiona que toda revolución en los medios conlleva un cambio profundo en las coordenadas sintácticas de un sistema básico de signos, llegando a aumentar o disminuir su significación implícita. Encontramos que aquella codificación o *traducción* al medio del mensaje puede limitarlo en tanto significación ya que *los límites de mi instrumental expre-*





sivo se traducen en limitaciones de mi capacidad cognitiva, ampliándose esto a la triada *sentido-significado-comunicación*, (1986:54s).

Visto así los m.c. quedan entonces como soportes materiales o artificiales destinados al transporte de signos preconcebidos por el hombre; por la amplitud de su coeficiente sintáctico-significativo de-cantarán por ellos múltiples procesos significativos cognitivos informantes. Llegando a la conclusión que *un medio de comunicación transporta un lenguaje, pero al hacerlo puede admitir una transformación de su sintaxis, ampliando en esa forma su poder significante*; idea que nos remite a la ingerencia de la semiótica en tanto campo de estudios de tales significantes a través de los m.c. artificiales; todo mensaje adquirirá tantos sentidos o significados según la sintaxis o medio empleado para emitirlo, ofreciendo así múltiples interpretaciones por parte del receptor.

Los medios audiovisuales de comunicación son los canales artificiales de intercomunicación que únicamente pueden vehicular signos iconográficos o acústicos directamente interpretables; comportan una estimulación en el receptor por medio de canales auditivos y visuales que re-trasmiten signos audio-visuales. El lenguaje visual, a diferencia de la palabra que siempre remite a un concepto gracias a un conjunto de abstracciones, es específicamente icónico y a nivel semántico mantiene inalterable toda la pluri-significante ambigüedad de lo real; la imagen termina siendo *el signo menos objetivo y más equívoco de todos*, por el hecho de remitir a un repertorio amplio de significados que parten desde un sentido pre-conceptual y pre-lógico, del que obtenemos una comprensión básicamente *afectiva* (eikóon: emocional) —que posteriormente se racionalizará— y por ello pueden llamarse *a-lógicos* o *presentativos*. Este espacio visual fue llamado por el filósofo Jean Wahl por primera vez como *iconósfera*, en el sentido de la omnipresencia de la imagen en el horizonte social contemporáneo: un *fatum* cultural que definirá unas amplias posibilidades de *patterns* psicológicos gracias al uso masivo de este lenguaje iconográfico; detrás de nuestra *civilización de la imagen* hallamos también toda una *cultura de la imagen*, gracias a la evolución de agentes e instrumentos técnicos (radio, televisión, cine, ordenador, etc.), creadores y portadores/transmisores de tales eventos comunicacionales en tanto expresión visual, (1986:60s).

“

**Los medios han hecho que hasta los convidados de piedra de los países en vías de desarrollo salgan a la calle a tirar piedras, aunque sean piedras simbólicas de protesta, como lo hemos visto en nuestro país en los últimos años: manifestaciones para todos los gustos, de un lado y de otro**

”

#### SOBRE LA INFORMACIÓN

El término de información es definido como el *proceso* de vehiculación unilateral del saber a partir de un transmisor institucionalizado y un receptor-masa de ciertos contenidos, sea cual sea el lenguaje y conceptos empleados. Información será todo acto de *alocución*: es unidireccional; en cambio, para AP, la comunicación es entendida, sobretodo, en tanto *diálogo*: bidireccional.

En toda emisión de información se requiere un *res cogitan* en uno de los extremos (radio, televisión, cine, ordenador, etc.). AP propone tres modos de polaridad: *conocimiento, comunicacional e informativa*. Podemos ver el siguiente diagrama donde **T** es el transmisor y **R** el receptor en que muestra la *dirección* de la información en cada uno de ellos.

Vemos que la única relación posible de transmisión de mensajes en complejos mecánicos o electrónicos, antes de la llegada del ordenador y de las red de redes, era de pura información prácticamente unidireccional o causativa en su más bajo sentido; a excepción del teléfono. En el caso de la relación que establece el científico con su objeto (concreto o abstracto) de estudios es, según AP (y del cual hoy en día sabemos que no es así, hay también

ciertos niveles de *comunicación con dicho objeto*), ni una relación de comunicación ni de información: sólo una escueta relación de conocimiento.

Y más si el objeto es un *receptor* que nunca informa sino que se comunica en condiciones básicas de igualdad dentro de la comunidad científica.

Igualmente nos refiere que la llamada *libertad de información* es ampliamente cuestionable al verla desde esta perspectiva; una libertad de información que es también una libertad de expresión donde termina la democracia siendo identificada con publicidad (privado/mercantil o pública/ideológica-doctrinaria). Es una *irónica contradictio in adjecto*, pues el único que la posee, dado este causalismo, es el informante, mas no el receptor *informado*: este se encuentra obligado a someterse al uso de medios de información cuya elección se ha efectuado al margen de su poder deliberativo; es una imposición colocada por el agente transmisor. El receptor es el *convidado de piedra al banquete informativo*. Ello sumido en un riguroso determinismo social; es una situación de la que AP advierte, para ese entonces, que es imposible de practicar ante ella una libertad de *ataraxia* (indiferencia) y *autarquía* (autonomía). *Coacción, necesidad, compulsión y transcendencia hacen de todo hombre-masa un receptor de informaciones, y de todo receptor un sujeto no liberante y violado*, nos dice, (1986:69). Tal estado termina en la frustración y pasividad del *convidado de piedra* receptivo: sólo le queda recibir y callar. Interpretación que en el presente no encontramos del todo justa pues el *convidado de piedra* quiere salir y participar públicamente en función de sus opiniones particulares e identificadas con grupos minoritarios o masivos. Los medios han hecho que hasta los *convidados de piedra* de los países en vías de desarrollo salgan a la calle a *tirar piedras*, aunque sean *piedras simbólicas de protesta*, como lo hemos visto en nuestro país en los últimos años: manifestaciones para todos los gustos, de un lado y de otro.

En su análisis sociológico presenta una división de la información en las sociedades desarrolladas y las en vías de desarrollo. En las primeras la nombrada *frustración* no llega a producir represiones colectivas; la relación de información no es predominante y se admite que los individuos de distinta extracción tengan un libre acceso y uso, dicha situación da la posibilidad de restablecer, aun indirectamente, la bilateralidad del esquema dialógico comunicacional.

En las sociedades en vía de desarrollo, sometidas a una especie de híbrido monopolio económico-político de los medios de información, nos afirma que nadie tiene libre acceso y derecho de apelación en la que un cuadro de frustración y representación colectiva se hace presente. Pensamos que esta observación se ha ido diluyendo gracias a las alternativas que se han desarrollado de participación, medios alternativos e interacción con los medios bien sea por vía telefónica, canales privados temáticos, internet, o manifestación pública. Claro está, habría un determinismo económico como posibilidad y acceso de posesión de tal infraestructura y conocimiento para poder venir a interactuar y constituirse así esa bilateralidad/bidireccionalidad de la comunicación. De todas maneras, el factor económico, político y cognitivo limitan los intentos de *devolver la llamada* participativa; en los programas de opinión se puede censurar a las preguntas que van a ser escuchadas por la audiencia. Las vías normales de comunicación y diálogo pueden verse sometidas a una farsa comunicacional: *Un "diálogo" político entre miembros de una elite gobernante, televisado ante una colectividad más o menos privada de sus derechos políticos, constituye un grotesco ersatz de relación comunicacional, una ilusoria válvula de escape utilizada por quienes han bloqueado los verdaderos canales comunicantes, para la gran frustración colectiva, (1986:70). Crearía lo que la psicología ha llamado idiotéz psicológica, lo cual es el pensar y actuar en base a estereotipos, una admiración por todos los exponentes de la elite informadora y su mitología, llegando hasta suministrarse tranquilizantes (mediáticos y químicos), para suplir su mudez.*

En el ejercicio hermenéutico de la comunicación AP aísla el concepto de información en tanto categoría sociológica de relación. Ella quedaría limitada a establecer una relación en tanto *casualidad* (dependencia de causa-efecto). Al contrario, la comunicación en tanto partícipe de esa misma categoría de relación vendría a estar inscrita en tanto *comunidad*, es decir, la acción recíproca entre agente y paciente, transmisor-receptor pero de manera bidireccional. Es lo que Habermas llamó *comunidad discursiva*, elemento previo requerido para establecer cualquier comunicación.

La información vendría a establecer un sistema de relaciones trucas, donde los estímulos dialogales estarían sin obtener una libre respuesta sino sólo una respuesta impuesta; su efecto es el que sentimos cuando sólo estamos *notificados* por causa de un agente transmisor. Frente a

“

**El factor económico, político y cognitivo limitan los intentos de devolver la llamada participativa; en los programas de opinión se puede censurar a las preguntas que van a ser escuchadas por la audiencia. Las vías normales de comunicación y diálogo pueden verse sometidas a una farsa comunicacional**

”

ello propone, igualmente, una hermenéutica de la incomunicación que él la lleva a compararla con los personajes kafkianos de *El Proceso* y *El Castillo*. Tal hermenéutica parte de la idea de cómo se constituye una *perfecta cosificación* donde el individuo queda atomizado y desvalorizado en tanto hombre-masa: aquellos que ocupan el espacio de los que no pueden nunca comunicarse jamás con el informador: víctimas de la irreversible unilateralidad comunicacional (1986:72).

Un universo opuesto es aquel que tendría la tentativa de expresar y revivir un espacio humano abierto y comunicable. Es el caso que refiere AP respecto a la novela de Tomás Mann, *La Montaña Mágica*, en que los personajes actúan como seres transparentes y penetrables, *en estado de permanente disponibilidad para una comunicación dialógica siempre efectuable* (idem).

#### MASAS DE MEDIOS O MEDIOS EN LA MASA

Otro punto que nos acerca AP es prestar atención al concepto sociológico de *masas*. En el encontramos la posibilidad de tipificar sociológica y culturalmente a una colectividad en relación al grado de desarro-

llo y atrofia en los medios comunicantes de su saber. La nueva concepción es que para este autor surgen nuevas propuestas conceptuales a partir del campo de la comunicación para poder emparejar y evolucionar una sociedad en relación a la calidad de los medios de masas. En una sociedad de masas persiste un predominio de un tipo de comunicación de saber sobre otro, que queda casi oculto. En la sociedad de masas la constante comunicacional es la relación de información-unilateral por encima de cualquier otra. Es el elemento ideal para la construcción de una estructura social que termina constituyendo la masificación y al hombre masificado. En este tipo de sociedad privarán las relaciones de información en perjuicio de las relaciones de comunicación. Hay una unilateralidad del fenómeno comunicacional en tanto información. La existencia única o preponderante de canales de información viene a proporcionar la masificación de los receptores que absorben una sintaxis y contenidos dispuestos a inscribir esta conciencia pasiva, de *convidado de piedra*, social. Es la *alocución o mirada enmudecedora del transmisor* lo que origina en el receptor, según este autor, una incapacidad de ser-para-otro, al cual la mudez lo habita, además de truncar el intercambio dialógico más allá de estereotipos lingüísticos y culturales; castra y no amplía la zona de fluencia en tanto interlocutor. Los medios de masas se dirigen indiferentemente a uno o *n* receptores. En su tendencia del *uno-para-todos* está implícita, en una dimensión temporal, de uniformar, alienar y masificar. Esta visión ha sido cuestionada en relación con los medios de comunicación/información, donde se han diversificado las opciones para el consumidor de productos mediáticos, dando como resultado una pluralidad de *masas* y una pluralidad de públicos que vendrán a especializarse en función de su relación con el medio, gustos personales y sus contenidos simbólicos de consumo. La sociología mediática de los países modernos da la aparición de la categoría de *sociedad de individuo de masas*. Este principio rompe la percepción de aquella homogenización de masas. El desarrollo del mercado en los países del primer mundo ha extendido tal capacidad de diversificar e individualizar los productos que no se puede hablar ya de homogenización sino más bien de hábitos de consumo y de los valores acordes a ese tipo de conducta que arrastra; son los medios ofrecidos *a la carta*, termina siendo un egonomía de mercado.

Cuando AP nos dice que la relación

comunicante y dialógica conserva y exalta la diversificación personal entre receptores, la relación de información tiende a anularla, petrificándolos y masificándolos; encontramos que las diferencias culturales entre los miembros receptores es determinante y es donde estaría buena parte del epicentro del asunto. El problema de los receptores es también un problema de estructura mental, de manejo conceptual de contenidos y de niveles estéticos y sensibles que mantenemos con tales canales *informativos*. El problema no es sólo la relación causal que establecemos con ellos, también habría que poner el problema desde el otro lado de los polos. Pareciera que a la final tendríamos que asumir una especie de *dirección* en relación a qué contenidos y medios deberíamos ver y no los que *uno*, en tanto individuo, quiere ver. La libertad ante los medios no está en limitar o en dirigir sino en aprender a saber qué es lo que necesitamos y qué deseamos individualmente obtener en tanto contenidos informativos simbólicos, cognitivos y hedonistas al llegar a constituirse en parte de nuestras vidas. La *agenda* mediática ha variado y hoy el problema está más en la pobreza crítica material, mental, educativa y espiritual poblacional de múltiples zonas continentales que en los recipientes técnicos por donde se canalizan los contenidos.

La llegada de la sociedad de la información ha cambiado completamente el panorama parcial y sesgado que se tenía de la Industria Cultural; el problema, como lo han visto distintos autores, es que tal es la magnitud de información y conocimientos generados que lo exigido es tener los instrumentos mentales y manuales (habilidades en manejo de equipo, software, etc.) para hacerle frente al cuantioso abanico de ofertas. Si se pensaba en ese momento que la sociedad de masas —¡que existe!— vendría a cerrar opciones e igualar vidas, también ha proporcionado, cuando las instituciones lo han permitido y visto así, preocupándose por la calidad de interacción en relación con ellos, más opciones y modos de vida, creando públicos en función de sus propios intereses, aunque estos correspondan a una *masa* minoritaria (nada más ver la cuantiosa variedad de ONGs que hay con los fines más inverosímiles y nunca antes pensados gracias a esa misma sociedad de la *interacción* y no ya sólo de la información o comunicación, que era como la pensaban la mayoría de estos investigadores en la década de los setenta y ochenta).

Los medios de masas, después de to-

66

**La llegada de la sociedad de la información ha cambiado completamente el panorama parcial y sesgado que se tenía de la Industria Cultural; el problema, es que tal es la magnitud de información y conocimientos generados que lo exigido es tener los instrumentos mentales y manuales para hacerle frente al cuantioso abanico de ofertas**

99

do, se mantenían en la concepción de canales artificiales de comunicación que a través de ellos se canalizaban o vehiculaban alocuciones o mensajes que para ese momento serían del tipo *ómnibus*: *uno-para-todos* y *todos conectados a uno*; hoy no vendrán a ser completamente de carácter impersonal y general sus contenidos, se han vuelto más selectivas y temáticas en sus alcances y seducciones de audiencia.

La calidad de los mensajes antes era *urbi et orbi*, donde el mensaje tenía el distintivo de una *mediocridad de contenido* y de una forma elemental para una universal interpretación. La medianía o mediocridad es observada por distintas formas: *del contenido, por su reducción de todas formas del saber al lecho de Procasto de lo omnicomprendible; de la depredación del receptor, por amortiguar o inutilizar en la función selectiva; de la degradación o vulgarización de lo sublime, por exceso de difusión, usos irreverentes o desgaste; del ritmo o escansión vertiginosos impresos a los mensajes, que instauran en el receptor una pérdida progresiva de sensibilidad acompañada de un obsesivo eretismo por lo novedoso ( y que produce de reflejo lo que algunos autores llaman la obsolescencia de todos los valores, por saturaciones progresivas y pérdida de vigencia de los estímulos, etc.)* (1986:79). Donde me-

diocridad informativa no produce ningún tipo de *calidad comunicacional*. Lo que se nos presenta es una intencionalidad parcial, dogmática, subjetiva e interesada del transmisor. *Una objetividad auténtica, como de un saber hablar y de un saber escuchar, pulverizaría en su esencia a la unilateral información (que es siempre doxística) y resultaría suicida para el transmisor, (idem)*. La objetividad en los medios se encuentra en una confluencia de voces que emitan su opinión y construyan una realidad simbólica que, por su interacción amplíen y construyan, gracias a la verificación dialógica, el consenso o la llamada *objetividad* de los hechos. No se puede hablar de *objetividad* en medios de comunicación que sólo aspiran a la alocución, construyendo una *incontestable* situación para el receptor que se ha reducido a su mudez; situación que sólo beneficia al poder desleal del informador.

#### **MEDIOCRIDAD, EXISTENCIA Y MEDIOS DE MASAS**

En relación a esta mediocridad imperante en los m.c., AP nos remite a una serie de citas de diversos filósofos haciendo una reflexión personal ante el hecho sociológico del *homo mediaticus* actual. Sus autores predilectos aquí son Kafka, Jaspers, Heidegger, Merleau-Ponty, Camus, Moravia y Marx, entre otros. Y a través de sus palabras se nos afirma que la *falsa o mala objetividad* no es más que la defensa personal de la existencia empíricamente egoísta. *Su aparente objetividad se convierte en radical subjetividad* (Jaspers). O, como ha visto Heidegger, toda esta mediocridad, ese *término medio* vendría a ser el *aplanamiento* de todas las posibilidades del ser. Se crea un *hábito de ser plano* en el receptor, típico de la información y no de la comunicación.

Todo se debate en establecer una sociedad abierta, inscrita a la *comunicación*, o una cerrada, estructurada por la *información* únicamente. En la primera el debate debe ser dialéctico y dialogante que asume el *unus inter pares*, uno igual que otro, ante el hombre masa impersonal mudo e inoperante de la información que *cuantitativa* al despersonalizar al individuo por los contenidos y la relación con el saber que constituye su co-existencia con los demás: se atomizan al dividirlo, masificarlo, petrificarlo, anestesiarlo e insensibilizarlo para dominar sobre él. En la *alocución* se *descalifica* para cuantificar para dirigir una acción imperativa y no pro-ac-

tiva; se renuncia a unas aristas y rasgos individuales para asumir una personalidad colectiva sin reconocer la acción conscientemente en el *incondicionado* agente trasmisor. Es, como dice Kafka en su novela *América: evitar a toda costa hacerse notar, permanecer tranquilo aunque se experimentase la mayor repugnancia*. O en *L'Étranger* de Camus: *En suma, el condenado se veía en la obligación de colaborar moralmente; era su interés el que todo marchara sin tropiezos*, (ambos cit. en 1986:81); es la actitud de ese *extranjero* in-comunicado por y ante lo hostil.

La sociedad cerrada de masas nos lleva a ejercer una auto-agresividad respecto a cualquier actitud de defensa personal. Con Marx afirmará: *El resultado es que el hombre se siente ahora libre sólo en sus funciones bestiales, en el comer, en el beber y en el engendrar, si acaso en poseer una casa, en su cura corporal, etc., mientras que en sus funciones humanas sólo se siente convertido en bestia. Lo animal se hace humano y lo humano se vuelve animal*, conocida cita de los *Manuscritos de 1844*. O la antigua pero actual voz del Eurípides de *Las Fenicias*: *¿En que consiste, y qué tiene de desagradable el peor inconveniente...digno de esclavos?: callar su propio pensamiento*. En ese abismal sentimiento inmerso en el *ennui baudeleriano*, el *fastidio o aburrimiento*, en la apacible náusea es a donde se dirige, visto desde el existencialismo, en el estadio de la in-comunicabilidad, el hombre mediocre de masas. De Moravia cita: *El fastidio no es sino la in-comunicabilidad e incapacidad de superarla...y la falta de relaciones conmigo mismo...la única persona en este mundo de la cual, por demás, no podía deshacerme, (La Novia)*. Esta in-comunicabilidad individual, de ese individuo-número/cifra a lo kafkiano, está presto a encontrar un *dictador, político o espiritual*, que gracias a esa unilateralidad y estéril co-presencia, vendrá a manejarla como un instrumento sistemático de dominación (1986:81s), eso decía entonces, hoy tal observación, la cual más actual que nunca no puede ser, lo podemos vislumbrar en nuestro Estado militarizado.

Es por ello que AP nos arroja la insoslayable contradicción de enunciar que tales medios vienen a ser *medios de comunicación de masas*; tal flagrante contradicción terminológica debería proscribirse. Si son medios de comunicación el receptor no puede quedar reducido a la pasividad de la *masa*. En definitiva, sólo estamos en presencia de medios de información, en donde se da implícitamente el trata-

66

**Si son medios de comunicación el receptor no puede quedar reducido a la pasividad de la masa. En definitiva, sólo estamos en presencia de medios de información, en donde se da implícitamente el tratamiento de masas a aquellos receptores usuarios**

99

miento de masas a aquellos receptores usuarios. Si los canales artificiales son de *comunicación* no pueden silenciar ni al individuo ni a las masas, que son a los que se dirigen esas baterías informativas, y deben abrir todo bloqueo a la capacidad interlocutora sin sesgarla.

Por otra parte, afirma algo que no deja de llamarnos la atención, me refiero a la previa direccionalidad hacia dónde pudieran, hasta cierto punto, estar apuntadas las nuevas tecnologías de la información: debido al principio de: *no puede haber una relación de comunicación que masifique*, gracias al hecho participativo comunicativo, en donde previamente las partes dadas tendrían los mismos chances de información/comunicación previos sobre el tema a tratar. Lo usual es llegar a interpretar como *un hipócrita encubrimiento de la vertiente informativa bajo el manto de un término ennoblecedor*, es decir, el de *comunicación*, (1986:85).

#### CONTAMINACIÓN MEDIÁTICA

*“Sólo en el genuino hablar es posible el genuino callar, pero callar no quiere decir mudo”.*

Heidegger, *Ser y tiempo*

Uno de los primeros intentos en abarcar en nuestro país una relación entre contaminación informativa y medios la encontramos en la obra de AP. Halla un paralelismo entre los problemas de información y los problemas ecológicos, teniendo ambos el común denominador de la *contaminación*. En el caso de los medios la contaminación vendría a ser el precio que tenemos que pagar inevitablemente por una abundancia equivalente en el reino de la cultura a los *smogs*, los ríos cubiertos de jabón o lagos muertos por carencia de oxígeno.

La contaminación cultural se hace presente por la existencia y uso del medio; puede venir por una abundancia o por una carencia pero sin tener presente los fines de sus propios límites por parte del usuario: sufre una degradación de la armonía comunicacional. De aquí deriva el ineluctable grado de contaminación mental gracias a la presencia compulsiva y dirigista de los medios masivos; de una pobreza respecto a la necesaria *pluralidad de voces* y de perspectivas informativas y comunicativas gracias a una civilización rica por la opresión de sus monopolios, nos arguye AP, (1985:277). Este programa de acción para el usuario de los medios implica una comprensión de la *esencia óptima de la comunicación humana*: que viene dada por comprender el sentido comunitario o de auténtica reciprocidad. Tener ideas claras acerca de lo que debe ser negado, saber rechazar el uso que se nos impone al comprender su carácter nocivo, o en palabras de John Coundry, los medios como *ladrones de nuestro tiempo* que nos retienen para lograr otras realizaciones de nuestra personalidad. Por supuesto no se trata de un regreso al mito romántico de la *vuelta a la naturaleza, adentrarse en un subjetivismo aislacionista* y separarse por entero de la constelación mediática que nos rodea, convirtiéndonos en *ilotas mediáticos*. Se trata de saber darles su uso requerido a nuestras necesidades en tanto individuo y ciudadano de un territorio y del mundo. Más que paraísos a conquistar es deslastrarse de infiernos de idiotismos simbólicos e icónicos que pueden evitarse a partir de nuestra elección como usuario de los medios. Desentrañarse de lo *negativo comunicacional*: del efecto contaminador de los mensajes.

Los modelos ecológicos nos pueden ayudar para comprender los aspectos negativos de la comunicación, ampliando las posibilidades metodológicas de un pensamiento crítico e introduciendo nociones que, como la de *contaminación*, se nos ilu-

minan ciertos aspectos de la dinámica social de las comunicaciones conocidas hasta ahora sólo desde la sociología, política y economía de los medios.

Es así que nos afirma que la verdad axiomática y válida de los conceptos de desarrollo y de subdesarrollo vienen a ser el haz y envés de la misma moneda y su relación se constituye por mutua interdependencia. Y ello dirigido como un caso sintomático de subdesarrollo en las comunicaciones. Si bien antes podíamos hablar entonces de una mayoría de personas que en los países del continente recibían una amplia contaminación cultural mediática, hoy no es menos gracias a la expansión de los mismos instrumentos de comunicación. ¿Ante este caso cómo obrarían los ecólogos mediáticos? En determinar la dosis en el biotopo electrónico/virtual del elemento contaminante y llevarlos a niveles de cierta *normalidad*. Y en ello estaría el conocer la *dosis* de desinformación, subinformación, de hiperinformación o sobreinformación que sufren los países. Estudiar los efectos de la información y sus consecuencias al estar habituados el público a tales estímulos masivos. Todo ello como una necesidad para *pre-establecer hasta qué punto el hábito de recibir dosis minúsculas o masivas puede haber fijado aquellas predisposiciones que son parte integrante y decisiva del verdadero efecto*, (1985:283). Se trata de emprender un estudio de la *economía de los efectos comunicacionales* en tanto contaminación cultural. Una convivencia obligatoria entre centros de producción de la industria cultural con los centros de consumo vendrían a producir, por ejemplo, *la satelización de la gran periferia en torno al centro hegemónico*, (idem); hecho que contrae para nuestro autor una única y precisa fuente de contaminación y control cultural e ideológico, aspecto por lo demás de lo más común en la actualidad; presente en toda la periferia de los países *subdesarrollados comunicacionalmente*, contaminados y careciendo de una conciencia colectiva autónoma del problema: quedamos inmersos en nuestra *conciencia normal* que es la única que nos provee y construye, según AP, la alienación comunicacional.

Tales fenómenos contaminantes inducidos por las fuertes *dosis* de programas e información basura de las comunicaciones de masas no vienen a formar precisamente *manchas de aceite flotando* y presentes dentro de la polución de la bio/iconosfera mediática. Ellos presentan un efecto *centrífugo* pues se acumula *mayo-*

“

**Se llega a la conclusión que la industria cultural privada y pública de comunicaciones nacionales vendrían a ser una drástica negación del multiculturalismo y de la pluralidad de voces ahogadas por las loas al consumismo y al status**

”

*res cantidades de escoria y de elementos contaminantes en la periferia de la gran industria cultural*, (1985:284). Un caso al que da atención es la fachada de nacionalismo *casi histórico* de los teledifusoras locales. Todos están condimentados con *enormes cucharadas de folklore y de patriotismo en todos los manjares enlatados que difunden*, pero ello termina con la labor del antinacionalismo sistemático *que vendría a llenar los cuatro quintos del espacio que media entre el himno nacional de apertura con el himno de nacional de clausura de los programas*, (idem:285). Se llega a la conclusión que la industria cultural privada y pública de comunicaciones *nacionales* vendrían a ser una drástica negación del multiculturalismo y de la pluralidad de voces ahogadas por las loas al consumismo y al status: la publicidad es la encargada en confirmar toda esta obra: la ley es sólo se retransmitirán programas *que vendan*; por ende, bajo esta lógica toda obra de Shakespeare está prohibida y sólo, como bien sabemos, los *reality shows* o las tradicionales *soap-operas* tendrán cabida en nuestro espectro ambiental mediático proporcionando una buena dosis de contaminación programática en beneficio del *marketing* (comercial o políti-

co inclusive): es lo que quiere el público, nos dirán.

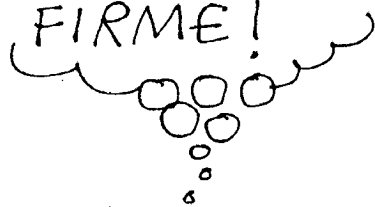
Una pequeña panacea sería la creación de medios públicos altamente competitivos en calidad de programación, mas no puestos al servicio de los caprichos doctrinarios e ideológicos del gobierno de turno. Su existencia debería ser dada por el canal del Estado y no de un partido-gobierno, hecho realmente utópico en un país de clientelismo populista. Podemos finalizar este segundo trabajo a la obra de este autor con sus propias palabras: *Esto demuestra que incluso en el sentido de una imperfecta descontaminación, el ejemplo metropolitano no funciona ya más, y que los fenómenos centrífugos que se señalaban transfieren a la periferia verdaderamente sólo lo negativo y las escorias, el veneno y no el antídoto*, (1985:289).

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

#### Notas y referencias bibliográficas

- Pasquali, Antonio: *La Moral de Epicuro*. Tiempo Nuevo. Caracas.
- 1967: *El Aparato Singular*. FES-UCV, Caracas.
- 1986: *Comunicación y Cultura de Masas*. Monte Avila, 1ªed.:1972, Caracas.
- 1985: *Comprender la Comunicación*. Monte Avila, 1ªed.:1970. Caracas.
- 1991: *La Comunicación Cercenada*. Monte Avila, 1ªed. 1990. Caracas
- 1991: *El Orden Reina. Escritos sobre comunicación*. Monte Avila. Caracas.
- 1998: *Bienvenido Global Village*. Monte Avila. Caracas.

NO ES TAN FÁCIL  
ALFABETIZARLOS  
DE MODO QUE  
TODOS LEAN...  
¡PERO NINGUNO  
FIRME!



REFERENDUM

ZAPATA

Galería de Papel. Pedro León Zapata. (El Nacional, 09-08-2003)



# Venezuela y El contexto ineludible

## **Resumen**

*La pregunta: ¿qué significa ser ciudadano hoy, en esta Venezuela, con la mediación tecnológica que imponen los más diversos aparatos mediáticos y qué sentido adquiere ahora el hecho de participar en los asuntos públicos? En el contexto actual, la respuesta a la interrogante formulada implica tener muy presente la acción de los medios y los profesionales en la configuración de la nueva escena pública y su acción política a la que se someten incluso los políticos de oficio y la misma ciudadanía. En ese sentido, el artículo intenta dar respuesta a esa pregunta y para ello se vale de un dar cuenta de la crisis que vive el país y el rol político que ha venido jugando el aparato mediático dentro de esa crisis. Igualmente reflexiona sobre la centralidad de los medios y la responsabilidad que implica.*

## **Abstract**

*What does it mean to be a citizen in today's Venezuela, subject to the technological mediation imposed by a whole range of media outlets; and what meaning does participation in public affairs take on in this context? In order to answer this question, it is essential to consider the activities of the media, and of journalists, in the conformation of this new public arena, along with their political behaviour, to which not only the ordinary citizenry but even professional politicians are subjected. This article attempts to answer the question via an examination of the current crisis and the political role the media have played in it. It also considers the centrality of the media, and the responsibility this entails.*

■ **Marcelino Bisbal**

# SU crisis

## de los media



### I. NUNCA HUBO MÁS CONSECUENCIAS

No se puede negar la evidencia. El país, después del 27 de febrero de 1989 y de los dos intentos de golpe de Estado, el del 4 de febrero de 1992 y el del 27 de noviembre del mismo año, cambió drásticamente. A estas alturas no estamos muy seguros si los cambios fueron para bien o para mal. Hay dudas al respecto, realmente profundas por todos los signos/símbolos que se han hecho presentes en el horizonte político del país. De lo que sí estamos convencidos, y pudiera asomarse como una evidente contradicción con lo que dijimos antes, es que de aquí en adelante no hay marcha atrás, no hay vuelta de tuerca para volver al mismo estado de cosas y situaciones que teníamos antes de esos acontecimientos y quizás, para ser mucho más precisos, antes de la última contienda electoral en diciembre de 1998.

En efecto, después de uno de esos hechos como fue el del 27 de febrero (27 F) y en conmemoración (¿se podía conmemorar algo? ¿había razones para “celebrar” unas muertes? ) de los mismos, el dramaturgo y escritor José Ignacio Cabrujas nos decía con su estilo punzante, incluso hasta irónico, que “(...) el 27 de Febrero avanza hacia la memoria de una fecha de guasa, algo que podríamos bautizar como el día de la joda trágica, en este asidero de imposibilidades, el recuerdo de un dolor privado, casi casero, del tipo: ¡Yo le dije a mi primo que no se asomara a la puerta!”<sup>1</sup>. Y nos remata diciendo que

*El nuevo país que allí comienza, no conoce hasta este momento, más que su-*

cesivos llamados a la reflexión, cada vez que algo sucede y constata. Rotos los esquemas que se han manejado, desde la primera presidencia de Pérez hasta hoy, la visión que hoy nos organiza, se me antoja parecida a una siniestra pieza de Samuel Beckett, "Acto sin Palabras", donde el protagonista, expulsado por Dios, a un desierto, experimenta una intensa sed en un lugar donde el agua es imposible. Alguien, desde lo alto, lo llama con un estrepitoso silbido, y nuestro hombre divisa una jarra repleta de frescura atada a una cuerda y tres cubos que organizados con inteligencia, uno encima de otro, de manera conveniente le servirán para alcanzar su deseo. Pero nuestro hombre no acierta, no sabe cómo colocar los cubos, es torpe, y durante una eternidad de disparates, no hace otra cosa que fracasar. Solo que a cada fracaso, se mira las manos, es decir, reflexiona <sup>2</sup>.

Después vinieron las elecciones de 1998, entramos en 1999 con un nuevo gobierno sobre el cual se habían cifrado muchas esperanzas, quizás en demasía, pero esperanzas al fin, y el país siguió cambiando. La gente también cambió. Todo se fracturó y hasta ahora no hemos encontrado la pega apropiada para unir los pedazos por allí esparcidos, ni siquiera hemos logrado dar con algunos trozos que calcen perfectamente con otros trozos y así sucesivamente. Alguien nos dijo, con aires de sonrisa y de sorna al mismo tiempo, que de alguna manera se interrumpió el sistema racional que nos organiza. No hubo causa, sólo efecto.

Plantados ante la realidad, requerimos del diálogo, de la conversa para entender y entendernos. Creo que el diálogo que debemos entablar en Venezuela necesita, antes que nada, comprender o intentar escudriñar la realidad actual, es decir, cómo se han estado moviendo los distintos actores, teniendo en cuenta eso que llaman la "densa identidad común" y la "heterogénea diferencia" y desde ahí pensar, y pensarnos, para hacer una profunda revisión de las relaciones entre la crisis política que vive el país y el contexto ineludible de los medios y toda su "parafernalia" de imágenes, de mensajes, de modelaciones, de opinión pública fabricada por oscuros e interesados intereses, de publicidades idealizando al país y su gente, de demagogia, de certezas y de argumentaciones reiteradas hasta la saciedad.

Néstor García Canclini decía en un texto reciente *-Pensar en medio de la tormenta-* que "Tres virtudes se esperan de los

“

**Creo que el diálogo que debemos entablar en Venezuela necesita, antes que nada, comprender o intentar escudriñar la realidad actual, es decir, cómo se han estado moviendo los distintos actores, teniendo en cuenta eso que llaman la "densa identidad común" y la "heterogénea diferencia" y desde ahí pensar, y pensarnos, para hacer una profunda revisión de las relaciones entre la crisis política que vive el país y el contexto ineludible de los medios**

”

intelectuales y académicos a partir de lo que sabemos hacer: la información contrastable y razonada, la solidaridad basada en la comprensión crítica de los conflictos interculturales, y la duda"<sup>3</sup>. Y concluía diciendo: "La duda es privilegio de los intelectuales.(...) Aunque vivimos una situación de emergencia, trataremos de hablar de lo que está antes de las soluciones". Y otro investigador latinoamericano, Jesús Martín-Barbero, se cuestiona por la ausencia de un relato nacional que incluya a todos los ciudadanos del común más allá del *blablabla* de los políticos, del gobierno, de los escasos liderazgos, de los militares y de la baja o pobre calidad del periodismo venezolano aquí y ahora. Entonces nos formula:

*¿Cómo responsabilizarnos entonces de nuestros errores y nuestros fracasos si no compartimos el discurso en que podríamos nombrarlos? ¿Cómo compartir duelos si ni siquiera podemos llorar juntos? Que es aquel mínimo sin el cual no hay comunidad que subsista. Ahí radica la gravedad última de una situación en la que hasta la lectura que de ella hace la cla-*

*se pensante, los intelectuales y las ciencias sociales, en lugar de contribuir a tejer convergencias tiende aún a fragmentar y polarizar la sociedad, ya que no hemos logrado poner en común una lectura en la que sea posible dirimir hasta donde llega lo tolerable y comienza lo intolerable. Los intelectuales no estamos proporcionando a este país una lectura de la situación—no confundir con coyuntura— que ayude a la gente a ubicar su cotidiana experiencia de dolor tanto como los retazos de sentido que alientan nuestra esperanza <sup>4</sup>.*

## II. ¿CUÁNTO HAN CAMBIADO LAS COSAS!

Desde diciembre de 1998 sabemos, lo estamos sintiendo en "carne propia", que las cosas han cambiado. "Vean cuanto han cambiado las cosas desde aquel primer 23 de enero a esta parte"<sup>5</sup>. Lo mismo podemos decir en estos instantes: vean cuanto han cambiado las cosas desde aquel 6 de diciembre de 1998 a esta parte. Escudriñemos los diversos "paisajes" del país y nos daremos cuenta de lo que afirmamos con aire de cierta gravedad, porque la situación del presente así lo amerita. Oigamos los indicadores de la realidad para ponernos serios, pero también empecemos a meditar acerca de nuestras responsabilidades compartidas en el hecho de la ciudadanía que hasta ahora hemos venido practicando. Porque si hemos llegado hasta aquí es porque la ciudadanía había muerto y la pregunta: ¿cómo fue posible? "(...) es que la ciudadanía, como pudo haber sido y no fue, es un *rite de passage* que se discute todavía realmente entre el pueblo, por el pueblo y usualmente en contra del pueblo-pueblo.(...) ¿Por qué el ciudadano aborrece al militante; por qué el militante despreció siempre al ciudadano? Luego, ¿por qué el vecino y sus alcaldes no podrán saltar los charcos y huecos rotos de la obsesión por sus calles para acceder a la ciudadanía y, finalmente, por qué el gerente parece llevarse todo a su paso, incluyendo al viejo empresario?"<sup>6</sup>. Allí está la respuesta y desde ahí habrá que empezar a comprender todas nuestras angustias e intranquilidades actuales.

Pues bien, a partir de finales de 1998 Venezuela entra en un *torbellino* de profundas transformaciones políticas. Transformaciones, que como el común de los venezolanos esperaba, no llegaron a cristalizar en los necesarios y consecuentes cambios socioeconómicos y culturales. Pero esta observación, de terrible frustración para una gran parte de la sociedad ve-

nezolana, es apuntada desde la visión que nos da el tiempo transcurrido desde esos finales de 1998. En aquel momento, una gran parte del país y su ciudadanía aspiraba a cambios que arrancaran desde la esfera de lo político y su visión de país como proyecto, hasta llegar a lo económico.

La dinámica de los cambios, tal como lo apuntaban algunos indicadores de credibilidad y honestidad institucional, no pasaban por la iniciativa del estamento o sociedad política del país. La ciudadanía vislumbraba otros *mediadores políticos* para iniciar las necesarias transformaciones, las "nuevas dinámicas políticas". Si observamos por ejemplo el cuadro de *Honestidad Institucional* de finales de 1998 nos vamos a percatar de manera muy visible de esa idea apuntada. Así:

#### Cuadro de honestidad institucional

Instituciones	Honestidad (%)
Iglesia	71
Medios de Comunicación	55
Universidades	44
Militares	42
Gobernadores	38
Alcaldes	33
Metro de Caracas	31
Guardia Nacional	30
PDVSA	25
Fiscales de Tránsito	21
Electricidad de Caracas	20
CANTV	20
Presidencia de la Rep.	19
CADAFE	19
CTV (Sindical)	18
CSJ (Corte)	18
PTJ	17
Jueces	16
Ministros	14
Congreso	13
Seguridad Social	12
Partidos Políticos	09

Fuente: *Pulso Nacional 1998*, de la empresa Datos C.A.  
Base: 2000 habitantes de muestra nivel nacional.

“

**¿Ese distanciamiento de la confianza que va desde el Partido Político, (...) significa entonces que el ciudadano estaba viendo en esos nuevos actores un sustituto del Partido Político para asumir por intermedio de ellos su representación?**

”

De una lectura de ese cuadro irrumpe rápidamente una interrogante: ¿Ese distanciamiento de la confianza que va desde el *Partido Político*, pasando por aquellas instituciones en su mayoría conformadas por la llamada "sociedad política", hasta la presencia de un alto índice de credibilidad/confianza/honestidad en instituciones como la *Iglesia* y los *Medios de Comunicación*, significa entonces que el ciudadano estaba viendo en esos nuevos actores un sustituto del *Partido Político* para asumir por intermedio de ellos su representación? Pareciera que no, ya que las investigaciones de campo realizadas entre 1997 y 1998 (momento de la última contienda electoral) el mismo ciudadano interrogado, aún aportándole el más alto índice de credibilidad/confianza a sectores como los *Medios* o la *Iglesia*, no le concede a esas mismas instituciones la posibilidad que de ellas salga el futuro presidente del país. Cuando a ese ciudadano se le preguntaba de qué sectores debería salir o pertenecer el candidato a la presidencia del país, respondía:

#### Sectores a los que debería pertenecer el candidato a la presidencia del país en la próxima contienda electoral

SECTORES	% de respuesta	SECTORES	% de respuesta
Industria Petrolera	06	Sector Vecinal	12
Medios de Comunicación	04	Universidades/Intelec.	18
Iglesia	03	Ex-militares	15
Farándula	01	De una gobernación	10
Empresa Privada	06	NS/NR	12
De una alcaldía	12		

Fuente: Investigación de *Cosar Grupo Comunicacional*, "Demoscopia Venezuela", 1997. La base muestral fue de 2500 personas entre las ciudades de Caracas (950 personas), Maracaibo (500), Valencia (225), Barquisimeto (275), Barcelona-Puerto La Cruz (150), San Cristóbal (100), Ciudad Bolívar y Ciudad Guayana (300).

Así, en esas elecciones nuestra ciudadanía se volcaba mayoritariamente por un exmilitar (el 15 por ciento de la muestra respondía que debía salir de ese sector), que además había intentado un golpe de Estado en 1992. Irrumpía un nuevo *mesías político*, pero esta vez tenía un origen militarista, golpista y que además era un fiel representante de lo que en aquel entonces llamábamos el "antipolítico" que referenciaba la concepción antipolítica de las contiendas electorales y de la cosa pública. La gente "consagraba" sus aspiraciones de cambio a través de una catarsis colectiva en una nueva figura que "por ahora" (frase que catapultó la imagen pública de Hugo Chávez Frías) se convertía en una figura representativa del nuevo mesianismo/providencialismo que se abría en Venezuela.

¿Cómo llegamos hasta ahí? ¿Cómo era posible explicar, en nuestro contexto democrático de algo más de cuarenta años de existencia, tal referente político? Muchas explicaciones se han dado al respecto y se siguen dando. En síntesis: "una vez consolidado el sistema de partidos y el Estado rentista, tomaron demasiado espacio las formas clientelistas de participación en los asuntos y dineros públicos. Por consiguiente, la participación electoral y la militancia en esta o aquella organización se empieza a medir por el beneficio individual que se consigue a través de ellos. El votante apuesta su voto a aquel candidato u organización de cuyo triunfo espera lograr algún beneficio para sus intereses particulares. El militante se inscribe en el partido y corriente interna que mejor calce a sus apetencias personales". Es decir, la política y su "juego" se instrumentaliza cual componente del mercado y sus relación con el ciudadano convertido ahora en "cliente". Además, comienza a darse una paulatina separación entre lo ético y lo político.

Pero esas razones, creemos nosotros, no son suficientes para explicar alguno de los hechos que condujeron a la política venezolana, y sus visión del sistema democrático,

a una profunda crisis como la que ya se concretaba en aquel momento. Hay elementos y causas que se venían estructurando desde más atrás y que hacían eclosión en esas elecciones de 1998. El sistema político venezolano se venía paralizando y vaciando muy poco a poco por una sucesión de malas políticas asumidas, por una desordenada cadena de políticas públicas que privilegiaban a unos sectores (minorías) en detrimento de la inmensa mayoría del país, por la carencia de un *proyecto de país* claro y por la pérdida del horizonte ideológico fundacional de los más importantes partidos políticos del país.

El politólogo venezolano Angel Alvarez, acudiendo a Giovanni Sartori, nos intenta explicar la crisis que se presentó en el sistema político venezolano a raíz de las elecciones de 1998. Nos habla de un *sistema de pluralismo polarizado* producto de una confrontación ideológica extrema y de una sucesión desordenada de reformas mal calculadas que acabaron en el fracaso y por ende en el *desencanto político* de la gente<sup>8</sup>.

Al final triunfaba un discurso, una retórica que amenazaba con volcar todas las instituciones del país y levantar desde ahí una institucionalidad nueva, sana y presta al servicio de la mayoría, “del soberano que siempre había sido dejado de lado”. Se intentaba construir un venezolano nuevo y una “Venezuela bonita”. Esta propuesta irrumpía como una marejada política que pronto se descubrió que en el núcleo de ella no había nada, el vacío total. La V República, así fue bautizada la era que inaugurábamos en ese diciembre de 1998, resultó aún más de lo mismo: clientelismo político, desorden administrativo, burocracia desenfrenada, corrupción, privilegios, ausencia de proyecto y profundización de los males endémicos de lo que quedaba atrás. Ni siquiera se respetó lo mejor de los cuarenta años del sistema democrático venezolano. Había que arrasar con todo y se arrasó. Así se fue profundizando el riesgo de una confrontación violenta.

Desde el triunfo de Hugo Chávez Frías hasta el año 2000 se realizaron en el país seis procesos electorales y en todos ellos el Presidente triunfó con un porcentaje que osciló entre el 25% y el 30% como umbral. En esos procesos la abstención promedio fue del orden del 50.8%, pasando entre los límites del 36.5% en las elecciones de diciembre de 1998 y el 65.6% en el proceso de consulta para el Referéndum Consultivo. Pudiéramos decir entonces que el gran triunfador fue la abstención, producto del desencanto político que ve-

“

**Desde el triunfo de Hugo Chávez Frías hasta el año 2000 se realizaron en el país seis procesos electorales y en todos ellos el Presidente triunfó con un porcentaje que osciló entre el 25% y el 30% como umbral. En esos procesos la abstención promedio fue del orden del 50.8%, pasando entre los límites del 36.5% en las elecciones de diciembre de 1998 y el 65.6% en el proceso de consulta para el Referéndum Consultivo**

”

nía viviendo la ciudadanía venezolana. Desencanto que se ha ido agudizando en estos años del Proceso Bolivariano que sustenta el Presidente Hugo Chávez Frías.

Hoy el panorama está confuso. Estamos en presencia de una *extrema polarización* y unas condiciones socioeconómicas realmente críticas. No hay más que chequear todos los estudios y resultados que ellos nos arrojan. Las perspectivas no son nada gratas de visualizar, tanto en el orden social, económico y político. Mucho más cuando leemos el siguiente párrafo de Juan Linz que hace referencia a “un momento típico de la crisis de una democracia amenazada por un creciente conflicto”. Nos dice Linz:

*Problemas insolubles, una oposición desleal dispuesta a explotarlos para desafiar al régimen, el deterioro de la autenticidad democrática entre los partidos que apoyan al régimen y la pérdida de eficacia, efectividad (especialmente ante la violencia) y, por último, de legitimidad, llevan a una atmósfera generalizada de tensión, a una sensación de que hay que hacer algo que se refleja en un aumento de la politización. Esta fase se caracteriza por la circulación de rumores, el aumento de la movilización en las calles, violencia anómica y organizada, tolerancia o*

*justificación de algunos de estos actos por algunos sectores de la sociedad y, sobre todo, un aumento de presión por parte de la oposición desleal. La predisposición a creer en conspiraciones y la rápida difusión de rumores, algunas veces fomentados por los límites impuestos a los medios de comunicación al tratar de controlar la situación, contribuyen a una incertidumbre y a una imposibilidad de hacer previsiones que puede llevar a un empeoramiento de crisis económicas<sup>9</sup>.*

El texto reproduce al carbón algunos rasgos de nuestra actual situación, aún cuando después del golpe de Estado de abril del 2002, ciertos signos han variado producto de la ruta que ha venido siguiendo una parte de la oposición venezolana al deslindarse de aquellos factores opositores desleales en su ejercicio de oposición. No hay más que esperar y ver. De todas formas, recordemos aquello que expresara Luis Castro Leiva en el recuerdo de los cuarenta años de democracia que el 23 de enero de 1998 celebrábamos:

*Estamos viviendo en paz después de los sucesos del 27 de febrero de 1989, cuando nos deleitamos ante la debilidad de nuestras prácticas, costumbres, usos y convenciones sociales, cuando vivimos al desnudo la miseria a la que han llegado nuestro derecho y sentido de la justicia. Vivimos en paz después de dos intentos de golpe y más de una conspiración de palacio, después que la aviación intentara bombardear a Miraflores. Estamos en paz.(...) Algo me dice que a pesar de las incontables veces que lo he escuchado decir es sólo ahora, tarde en mi vida, confieso, que lo puedo enseñar. Me refiero a la importancia de la unidad y al encuentro con el orgullo en la democracia de mi nación, de mi patria. Sé que unos tiempos se han ido y que los que tengo son distintos. Pero ¿no ven ustedes como veo yo el asomo de la amenaza, el acecho del vacío que nos embosca? (...) La paz de la democracia es un bien inestimable mejor que el de cualquier forma de opresión organizada<sup>10</sup>.*

### **III. LOS MEDIOS: PROTAGONISTAS DE ¿LA DENUNCIA O LA CONSTRUCCION?**

El contexto venezolano que estamos viviendo no puede ser pensado sin los medios, su agenda y su actuación. Entonces surge la interrogante: ¿es posible en estos momentos de la vida política del país apuntar alguna crítica o cuestionamiento hacia los medios y sus periodistas? ¿Pare-

ciera que no! Porque las posiciones ya han sido tomadas, asumidas desde un lado y del otro. Como que no hay tiempo para el pensamiento y para discernir cómo lo estamos haciendo y en función de qué y de quién lo estamos haciendo. Unos dicen que los medios *son agentes democráticos que se enfrentan al despotismo que amenaza las libertades ciudadanas* y la conclusión final es obvia: *¡Que vivan los medios!* Pero hay otras posiciones que se dejan escuchar menos, resultan incómodas para los medios y de ahí su poca o nula proyección mediática, que expresan: *Los animadores de televisión se han convertido en sabios analistas de la realidad. Todos los días hacen diagnósticos y descripciones despectivas del Presidente de la República. Eso no es decente, ni moral. Tampoco es republicano. Me preocupa mucho la impunidad mediática. El periodismo del rumor es lo peor que puede haber. Resulta que ahora los periodistas son oráculos, ejercen su función de consejeros de la sociedad.*

Estamos atrapados en un juego de mutuas sospechas. No podemos decir verdades que afecten a unos y favorezcan a otros, porque de inmediato irrumpe la figura del discurso y del fraseo maniqueo: *¡o estás a mi favor, o de lo contrario estás en contra!* O lo que algunos medios han expresado tajantemente: *¡o se está con la libertad de expresión, o se está en contra de la libertad de expresión!* La primera expresión es fácilmente desmontable, pues seguir esa fórmula de razonamiento es anular toda capacidad de discernimiento que debe tener el humano y que tal como apunta Umberto Eco: "Ninguna forma de sincretismo puede aceptar el pensamiento crítico. El espíritu crítico opera distinciones, y distinguir es señal de modernidad. (...)El desacuerdo es, además, un signo de diversidad. El Fascismo crece y busca el consenso explotando y exacerbando el natural *miedo de la diferencia*"<sup>11</sup>. El otro planteamiento trata de un principio, tan manido y escurridizo al mismo tiempo, que intenta invalidar cualquier otra posición. ¡Claro que estamos con la libertad de expresión! Pero esta constante invocación a la libertad de expresión me hace recordar aquello que dijera el escritor español Javier Marías:

*En cuanto a la libertad de expresión, la pobre está tan manoseada que su sola mención hace torcer el gesto. Por un lado, se la invoca continuamente para los menesteres más mezquinos, hasta haberla hecho perder su sentido: para insultar, para difamar, para calumniar, para acu-*

66

**Estamos atrapados en un juego de mutuas sospechas. No podemos decir verdades que afecten a unos y favorezcan a otros, porque de inmediato irrumpe la figura del discurso y del fraseo maniqueo: *¡o estás a mi favor, o de lo contrario estás en contra!* O lo que algunos medios han expresado tajantemente: *¡o se está con la libertad de expresión, o se está en contra de la libertad de expresión!***

99

*sar sin prueba, para vociferar más y callar al prójimo (...). Mayor cinismo y trivialidad no puede darse, la libertad de expresión quedó para el arrastre*<sup>12</sup>.

Como vemos, la realidad se nos ha vuelto paradójica y compleja a la vez. Siempre lo ha sido, pero en nuestra sociedad de profunda y terrible *emergencia política*, hasta el *cambio cultural* que ha aflorado, el asunto se nos ha tornado casi insoportable, esquizofrénica y poco llevadero. Al final, la más perjudicada ha resultado ser la *verdad*. De un lado y del otro. Desde el lugar que ocupa el Presidente y sus más allegados con evidentes y claros signos autócratas, hasta el poder de los medios y sus profesionales sin contrapeos éticos.

El país se nos ha vuelto una desazón porque no sabemos hacia dónde nos conduce toda esta escalada de violencia (y la violencia no siempre es de agresión física hacia el otro, ella también puede ser y está siendo simbólica a través del lenguaje, del *discurso vengador* de todas las partes). El filósofo Julián Marías, testigo del conflicto español de la Europa de 1936, lo describe con brillantez que yo quisiera no se pareciera en nada a nuestra propia situación, pero a veces no es lo que uno as-

pira a imaginar como estado ideal, sino lo que la realidad nos está dictando:

*Se dirá que todo esto era muy grave y hacía presagiar una descomposición del cuerpo social; pero, a pesar de su importancia, estaba todavía muy lejos de la atroz realidad que es una guerra civil. Se avanzó a ella por sus pasos, muy rápidos ciertamente. El primero, la politización, extendida progresivamente a estratos sociales muy amplios, es decir, la primacía de lo político, de manera que todos los demás aspectos quedaban oscurecidos; lo único que importaba saber de un hombre, de una mujer, un libro, una empresa, una propuesta, era si era de «derechas» o de «izquierdas», y la reacción era automática. La política se adelantó desde el lugar secundario que le pertenece hasta el primer plano, dominó el horizonte, eclipsó toda otra consideración. ...la infinita variedad de lo real quedó para muchos, reducida a meros rótulos o etiquetas, destinados a desencadenar reflejos automáticos, elementales, toscos. Se produjo una tendencia a la abstracción, a la deshumanización, condición necesaria de la violencia generalizada*<sup>13</sup>.

Es imperativo moral, en un momento en que el país está tan confrontado y conflictuado, preguntarnos, una vez más y todas las veces que sea necesario, por el papel de los medios y los periodistas, interrogarnos también acerca de qué podemos hacer desde el espacio mediático que tan determinante se ha convertido en estos días. Porque la sociedad del presente no puede ser pensada sin la comunicación y el *des-centramiento* que ella introduce en la vida de hoy. Entiendo que mi análisis se hace desde una trinchera muy distinta a la de los periodistas y su ejercicio, que tan riesgoso se ha convertido en estos tiempos. Asumo mi posición, ciertamente cómoda, de académico que sigo los acontecimientos y su cobertura desde las pantallas de televisión, desde la jungla de los micrófonos atajando los hechos, desde las letras impresas y fotografías ilustrando las páginas de los diarios y entiendo la urgencia de los periodistas que se ven sometidos y hasta comprendo su rabia. Pero quisiera advertir que yo mismo me sorprendo bastantes veces con la misma rabia y extremismo de esos profesionales de los medios que han sido agradedidos salvajemente y que a ratos me veo retratado en alguna de sus críticas y acciones. Ciertamente, pero todo ello no nos puede servir de excusa para seguir de largo y no mirar hacia los lados y de frente. La actuación de al-



gunos medios —oficiales y privados— y de algunos actores centrales del periodismo ha puesto de manifiesto y nos está confrontando con la necesidad de *repensar* la información periodística en la vida democrática del país.

Por estos días el oficio del comunicador profesional y el papel de los medios se ha trastocado significativamente. Por un lado, los medios han privilegiado ser actores políticos, ya no sólo testigos que informan. Hoy los medios conforman un escenario de la vida pública en donde se dirimen los problemas y las virtudes del gobernante, de los partidos y de la propia sociedad. Es más, habría que decir que son los medios el campo que buscan los políticos, los aprendices de político, los gobernantes y la ciudadanía para escenificarse de forma comunicacional bajo los géneros y las reglas impuestas por la comunicación masiva. En la otra esquina, los periodistas-comunicadores han visto crecer su influencia hasta convertirse en un nuevo poder que los dota de un protagonismo que altera sustancialmente su papel de mediadores entre la información y la sociedad.

*Si consideramos que hoy no hay en nuestra sociedad otra verdad pública que no sea aquella que difunden los medios; y que no disponemos de otras instancias alternativas para configurar lo público que la que ellos mismos proporcionan, se comprenderá la importancia que tiene la calidad del debate que propician en la configuración del espacio público y en la experiencia de los valores a él asociados. Una calidad que depende directamente de los periodistas: de sus saberes, competencias profesionales y preferencias ideológicas. De sus acciones se derivará cada vez más la cultura política de nuestra sociedad, contribuyendo decisivamente a la vigencia de unos u otros valores públicos. Es ésta una tarea cuya relevancia es incuestionable, pero cuyo reconocimiento por parte de los profesionales del periodismo dista mucho de haberse producido. Y es que los periodistas se siguen moviendo en un territorio en el que la autocrítica rara vez se ejerce<sup>14</sup>.*

La autocrítica dentro de los medios y del ejercicio de nuestra profesión de comunicadores es cada vez más necesaria, porque creo que no estamos dando a nuestro país y su gente una lectura de lo que realmente nos está pasando como sociedad. Creo también, que estamos contribuyendo con nuestro ejercicio y quehacer periodístico a polarizar y fragmentar aún más. Por

“

**Habría que decir que son los medios el campo que buscan los políticos, los aprendices de político, los gobernantes y la ciudadanía para escenificarse de forma comunicacional bajo los géneros y las reglas impuestas por la comunicación masiva.**

**En la otra esquina, los periodistas-comunicadores han visto crecer su influencia hasta convertirse en un nuevo poder**

”

ello, hay que reclamarle al mundo de los medios y su influencia tan determinante un sentido, una práctica que se arraigue en la necesidad de construir un país y una sociedad tolerable, viable y vivible para todos. ¿Cómo hacer y cómo deben jugar las industrias culturales y sus ejecutores, desde los dueños hasta los comunicadores? ¿Es posible dejar esta tarea para más tarde? ¿Llegaremos a tiempo? ¿Qué nos está pasando, cómo nos pasó y cómo llegamos hasta aquí?.

No tengo respuestas al respecto. Como tampoco las hay en los discursos y en las palabras altisonantes, prejuiciadas e intolerantes de una buena parte del país. Es que en la situación que vivimos ha salido a flote lo más oscuro e indeseable de cada uno de nosotros. Ahora bien, es mi parecer apuntar que si no hacemos un gran esfuerzo desde el espacio público tan privilegiado que son los medios por mostrar la cara buena del país y por hacerle ver a la ciudadanía : - que sí tiene sentido la política como servicio público; - que esto de ahora no es más que un accidente en el camino que todos hemos contribuido a edificarlo por nuestras actuaciones; - que la verdad no es reductible a una única explicación ; - que nadie puede arrogarse voz más alta que los demás; - que la ciudadanía no es sólo una construcción mediática

sino un esfuerzo y ejercicio diario de reclamo, pero también de participación y; - que los periodistas no pueden ser la conciencia moral de la sociedad, aún a pesar del lugar tan especial que ellos ocupan dentro de la vida pública y que tampoco pueden seguir siendo los actores políticos que hoy son.

#### **IV. VENEZUELA, SOCIEDAD DE LA VISIBILIDAD MEDIÁTICA**

Los medios le han dado a la política y su oficiente, a la ciudadanía y a su correspondiente ciudadano una *visibilidad* hasta ahora desconocida. La política y los políticos y la ciudadanía como colectivo se hacen visibles a través de los medios, resultan ahora cercanos y próximos. Es como si estuvieran entre nosotros sin estar. Es la idea de la *sociedad transparente*, aunque a veces manipulada y tergiversada, pero indudablemente más transparente que antaño. Ignorar esta visibilidad y transparencia en la conformación de la ciudadanía y de la esfera pública es no entender el desarrollo de los acontecimientos del presente.

Empecemos por el asunto de la ciudadanía. Adela Cortina nos propone, con sentido profundamente humanizado, la conformación de la *ciudadanía* como hecho para asegurar la civilidad. La idea es fortalecer lo que ella llama el *hogar público* en donde los distintos actores sociales entren en *sintonía*. De ahí surge la referencia a una *ciudadanía política* (participación en la comunidad política), una *ciudadanía social* (participar en los derechos sociales), una *ciudadanía económica* (la participación significativa en las decisiones económicas), una *ciudadanía civil* (pertenencia a la sociedad civil) y una *ciudadanía multicultural e intercultural* (entender con sentido de tolerancia las diferentes culturas de una comunidad). Pero hoy aparece la idea de la *ciudadanía mediática* en donde se pueden hacer visibles esas otras formas de construcción ciudadana, pero también la aparición de un ciudadano vertebrado por el puente de los *mass-media* en donde sus acciones y derechos se vinculan a la acción de los medios. Al respecto, interrogado el ciudadano acerca de las vías para hacer más efectiva la participación ciudadana<sup>15</sup>, éste apunta que el acceso a los medios de comunicación se constituye en el espacio privilegiado para ello -el 66 % así lo indicó-; luego aparece el debate público, pero ligado a las oportunidades que ofrecen los mismos medios de comunicación con el 60 %; y en último

lugar aparece el hecho de ser miembro de un partido político con el 38%. Es la idea que expresa Canclini, al plantear que :

*Las industrias culturales son hoy el principal recurso para fomentar el conocimiento recíproco y la cohesión entre los múltiples organismos y grupos en que se fragmentan las grandes ciudades. La posibilidad de reconstruir un imaginario común para las experiencias urbanas debe combinar los arraigos territoriales de barrios o grupos con la participación solidaria en la información y el desarrollo cultural propiciado por medios masivos de comunicación, en la medida en que éstos hagan presentes los intereses públicos. La ciudadanía ya no se constituye en relación con movimientos sociales locales, sino también en procesos comunicacionales masivos<sup>16</sup>.*

Diremos entonces que se trata de una manera nueva de manifestar y organizar los derechos de expresión ciudadana: "Una forma de ser ciudadano y de tener acceso a sus derechos que se vinculan inextricablemente al tipo de acción llevada a cabo por los medios de comunicación"<sup>17</sup>.

Si la ciudadanía, en la más diversa literatura al respecto, significa ser miembro de una comunidad y participar en los asuntos públicos, la pregunta que nos asalta es la siguiente: ¿qué significa ser ciudadano hoy con la mediación tecnológica que imponen los más diversos aparatos mediáticos y qué sentido adquiere ahora el hecho de participar en los asuntos públicos? En el contexto actual la respuesta a la interrogante formulada implica tener muy presente la acción de los medios en la configuración de la nueva escena pública y su papel político al que se someten incluso los políticos de oficio y la misma ciudadanía.

Hoy lo público, como apunta García Canclini, supone aceptar el desborde de las interacciones políticas clásicas: "Lo público es el 'marco mediático' gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades posindustriales es capaz de presentar a un 'público' los múltiples aspectos de la vida social"<sup>18</sup>. En otros términos, esto significa aceptar que en un mundo de *comunicación generalizada* y de *interconexión-red* como el de ahora el ciudadano, y su opinión pública, es reformulado desde la comunicación masiva y sus industrias culturales. Es un tiempo de nuevas sensibilidades y por lo tanto de estéticas accionadas por los medios.

“

**Hoy aparece la idea de la ciudadanía mediática en donde se pueden hacer visibles esas otras formas de construcción ciudadana, pero también la aparición de un ciudadano vertebrado por el puente de los massmedia en donde sus acciones y derechos se vinculan a la acción de los medios**

”

En fin, estamos asistiendo a la cada vez más estrecha relación entre lo ciudadano y su esfera pública de acción y lo "impuesto" por la massmediatización. La centralidad, pues se trata de eso, que hoy imponen los medios da al traste con cualquier consideración teórica de volver a aquellas formas clásicas desde las cuales se formulaba al ciudadano y su esfera pública. De ahí que requerimos comprender lo que socialmente y políticamente significa esa nueva mediación social para intervenir en ella y conducirla por caminos que vayan más allá de la denuncia que un sector de la sociedad clama y de la espectacularización que los medios le imprimen a todo lo que tocan. "Porque el medio -como dijera Jesús Martín Barbero- no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a construir una escena fundamental de la vida pública. En los medios se hace, y no sólo se dice, lo público"<sup>19</sup>.

Estamos en presencia de una *sociedad mediática* y son los medios, no los políticos, los que dotan de estructura interna a la sociedad. Por tal razón no es gratuito, desde hace ya un buen tiempo, que los medios y sus profesionales sean el estamento social de mayor credibilidad y confianza-honestidad institucional del presente. Las cifras de distintas investigaciones entre el 2000 y el presente año nos indican

que esos niveles de confianza y de honestidad institucional están entre 60 y 70 por ciento, además ocupando los primeros lugares junto con la iglesia. En ese mismo sentido, las últimas referencias que tenemos en nuestro contexto y estando en "pleno desarrollo" de los acontecimientos y la crisis política que vive el país, los datos de distintas investigaciones, teniendo en consideración que los ítems no son los mismos y la manera de medirlos también son diferentes, nos están apuntado que:

1- Una investigación llevada a cabo en junio del año 2002 por el Centro de Investigaciones Estadísticas (CENINVEST)<sup>20</sup>, en donde se trató de medir el nivel de aceptación que tenían los venezolanos hacia las principales instituciones del país determinaron que el Índice de Confianza hacia esas instituciones fue así:

Institución	Índice de confianza
Iglesia	58.9
Fuerza Armada	50.8
MCS	45.9
Industria Petrolera (PDVSA)	45.4
Asamblea Nacional	35.9
Tribunal Supremo de Justicia (TSJ)	35.9
Fiscalía de la República	35.6
Central de Trabajadores de Venezuela	33.4
Empresarios (FEDECAMARAS)	31.3
Consejo Nacional Electoral (CNE)	31.3
Partidos políticos	23.5

2- Y ya más recientemente el estudio *Tendencias Socio-Políticas de la Sociedad Venezolana Actual*, Abril 2004 <sup>21</sup> llevado a cabo por Interlaces (Branding-Marketing-Communications) nos revelan estos porcentajes de confianza y desconfianza hacia las principales instituciones del país (Ver siguiente cuadro).

Constatamos por lo tanto que los actores *Medios de Comunicación* constituyen hoy día una referencia casi ineludible en el ámbito de la vida. A pesar de los acontecimientos, en donde a veces los medios y los periodistas no han salido muy bien

caracterizados, los mediadores de la opinión pública siempre han sido vistos como instituciones confiables y de una alta honestidad institucional hasta llegar a los actuales momentos en donde los medios se han convertido en “actores políticos” a tomar en cuenta:

*En la hipertrofiada organización política venezolana los medios deben ser vistos como un actor político más, privilegiado, ya lo dijimos, pero en esencia y cualitativamente similares en sus mecanismos de acción a la lógica de funcionamiento del sistema que el país ha comenzado a desechar<sup>22</sup>.*

Igualmente hay que destacar el *grado de credibilidad* que los medios soportan para su favor: en una escala de 1: Muy creíble a 0: Nada creíble, nos encontramos con 0.88 de credibilidad para la televisión, 0.87 para la prensa y 0.53 para Internet. Y cuando vamos a medir la confianza en los periodistas, en relación a otros actores de la sociedad, vemos que los mismos tienen un 27% de Mucha confianza y un 36% de Algo de confianza. Esto no ocurre solamente en nuestro país, sino a escala casi planetaria. Hay un evidente proceso de mundialización cultural mediática que conforma en nosotros imaginarios de pertenencia a una cultura masiva global en la que nos estamos reconociendo e identificando como actores de una misma historia, como miembros que integramos una misma familia y como ciudadanos (todavía sin calificativo) que sentimos que participamos en la vida pública sin demasiados compromisos y acción social, pues esta queda delegada en las páginas de los diarios y revistas, en las hondas de la radio, en las tomas fotográficas y en las imágenes de la televisión. En síntesis, la cultura mediática es ese gran álbum de familia en la que todos nos estamos encontrando y en el que nos vemos identificados a través de la representación, de las mediaciones y delegaciones que la sociedad hace en los medios aunque sea de una manera simbólica.

Aunque sin desmeritar la trascendencia y significación que hoy tienen los medios, existen voces de alarma pues ellos, como dicen algunos como el mexicano Carlos Monsivais, “le dan forma verbal (y ordenamiento visual) a los estados de ánimo y las actitudes, pero no los crea ni los sostiene”<sup>23</sup>. Y si bien es cierto que el sentido societal ha ido creciendo en los últimos tiempos, que las irreverencias ante el poder se han hecho cada vez más presentistas, que el sentido realista o pesimista

Instituciones	CONFIANZA	DESCONFIANZA	N/C
Iglesia	67%	29%	04%
MCS: Prensa	41%	47%	12%
TV	39%	54%	07%
Radio	59%	37%	04%
Industria Petrolera	53%	36%	11%
Empresa Privada	52%	35%	13%
Gente de Petróleo	39%	49%	12%
Fuerza Armada	39%	49%	12%
Presidente	39%	52%	09%
Oposición Política	13%	79%	08%
Partidos Políticos	19%	76%	05%

ante la vida se ha ido acrecentando por el estado de cosas, también es cierto lo que dice Monsivais:

*El “escapismo” de los medios masivos atenúa el estrépito del cambio, y es música de fondo del traslado del rancharío al tugurio, de la dictadura patriarcal a la “liberalización” de la familia. Los que escuchan radio el día entero, los que esperan de lo televisivo la amnesia instantánea de sus alrededores, no se sustentan en la fantasía sino en el convencimiento de su falta de derechos, de la violencia social y sexual que los rodea y los explica, de la indefensión esencial de sus vidas<sup>24</sup>.*

Vemos entonces, aunque resulte excesivamente tajante, que hoy la representación mediática se constituye en un nuevo proyecto de vertebración social. Es decir, hemos descubierto que a través de los medios se han construido nuevas formas de relación social. Ellos son la *plaza pública* del “aquí y ahora”, una plaza virtual pero real, una plaza en donde se están reflejando nuestras existencias y desde donde se están conformando ciudadanos distintos a los que conocíamos, *ciudadanos mediáticos* y *sociedad civil mediática*. Se habla incluso de una forma nueva de poder en donde el medio y sus profesionales se erigen en actores activos del poder y los ciudadanos meros receptores de la información y del juego político. Vemos entonces que los papeles se trastocaron: el poder del pueblo, de la ciudadanía, se ha traspasado a los medios, incluso el poder de los partidos y de la acción de gobierno también se ha visto suplantado por estos nuevos protagonistas que de puentes, mensajeros, han pasado a ser los actores principales de las nuevas y viejas escenas. Y para corro-

borar esa hipótesis, es decir cómo interviene los medios en las creencias políticas del presente, cuál es la influencia de la información política de los medios y qué relación se establece hoy entre la información de los medios y la democracia, veamos algunos datos producto más de la observación empírica que de la especulación<sup>25</sup>:

- En relación a cómo los medios influyen en las opiniones de la gente, vemos que en una escala de 5 (indica *siempre*) a 1 (*nunca*) los datos nos dicen: la TV es el medio que tiene más influencia en las opiniones de la gente con una media de 4,64; la radio en segundo lugar con una media de 4,11; la prensa ocupando el tercer lugar con una media de 4,10 y finalmente, las revistas con 2,27 de media.
- En lo que atañe a la contribución de la información política que transmiten los medios en las creencias que se conforman en los ciudadanos sobre la democracia, la decisión del voto o sobre sus preferencias políticas, vemos que en una escala de 4 (indica *mucho*) y 1 (*nada*): la información política que transmiten o publican los medios influye de manera relativa en las preferencias políticas, la media fue de 2,51; igual sucede sobre lo que piensan acerca de la democracia, media de 2,49; en la decisión del voto, 2,34; y con relación a la decisión del voto, apoyo al gobierno y en la opinión sobre los partidos las medias bajaron a 2,34; 2,28 y 2,20 respectivamente.
- Y finalmente, cuando a los ciudadanos se les somete a que opinen sobre el tra-

tamiento que los medios le otorgan a los asuntos políticos a partir de ciertas aseveraciones que ellos mismos expresan, entonces nos encontramos que en una escala de 4 (*totalmente de acuerdo*) y 1 (*en desacuerdo*): La información de los medios es esencial para la democracia: 3,46 de media (de acuerdo con esta aseveración); Los medios favorecen ciertas posiciones políticas: 3,29 (de acuerdo con esta aseveración); Los medios manipulan a la opinión pública: 2,94 (tendencia a estar de acuerdo con esta aseveración); Los medios apoyan al partido de su preferencia: 2,91 (tendencia a estar de acuerdo con esta aseveración); La información de los medios es imparcial: 2,80 (tendencia a estar de acuerdo con esta aseveración); Los medios publican información que perjudica a ciertos políticos: 2,32 (se acerca más a la opinión en desacuerdo) y Los medios apoyan a un determinado candidato: 2,30 (se acerca más a la opinión en desacuerdo).

¿Conclusión? La que apuntaran los españoles Félix Ortega y María Luisa Humanes al decir que

*Los medios originan así un marco de referencia colectivo, en el que se integran perspectivas y orientaciones plurales. Mas lo que no posibilitan los medios es que de estas representaciones divergentes se desprendan ámbitos institucionales autónomos. Su manera de llenar el déficit institucional no es generando una sociedad civil consistente, sino sistemáticamente dependiente de la acción mediática. Porque en lugar de una trama institucional, lo que esta acción propone es un núcleo de realidad contingente y cambiante que lleva al ciudadano no a organizarse, sino a estar permanentemente atento a la voluble inconsistente realidad de la actualidad*<sup>26</sup>.

## V. LOS MARCOS PARA LA ACCIÓN

A partir de todos esos elementos apuntados que van desde el escenario cultural y político del presente que está influyendo en la manera de ver y de vernos; en el rol que están jugando los medios como industrias culturales en el sentido de re-situar los signos de reconocimiento e identificación; hasta la construcción de la esfera pública actual y la aparición de una ciudadanía mediática; y considerando por supuesto el protagonismo que han adquirido los

66

**Los papeles se trastocaron:  
el poder del pueblo, de la  
ciudadanía, se ha traspasado  
a los medios, incluso el poder  
de los partidos y de la acción  
de gobierno también se ha visto  
suplantado por estos nuevos  
protagonistas que de puentes,  
mensajeros, han pasado a ser  
los actores principales de  
las nuevas y viejas escenas**

99

periodistas como profesionales de la comunicación y mediadores simbólicos de la realidad hasta convertirse en nuevos intelectuales con voluntad de poder e influencia, es posible elaborar un *marco* de criterios que se le atribuyan a los medios, sus profesionales y a la información. Se trata de recurrir a *modelos* que distintas instituciones y estudiosos del tema han planteado en el sentido del papel que deben jugar los medios-comunicadores-información en las sociedades del presente, por muy en crisis que ellas se encuentren. No se trata, de ninguna manera pues esa no es nuestra intención, de exigir la indefinición política del medio y de los profesionales, pero tampoco de que los mismos sean vías de intolerancia, exclusión y de desorientación social. La apuesta a la que jugamos es que a partir de algunos criterios bien específicos que deben formularse frente a los medios y con los medios, logremos salir de la exacerbada situación en la que nos encontramos.

Empecemos de inmediato. Llega a nuestras manos el informe de la Comisión Hutchins titulado *Una prensa libre y responsable*, que apunta cinco requisitos para unos medios libres y responsables en una sociedad democrática<sup>27</sup>:

- Un relato veraz, completo e inteligente de los acontecimientos de cada día en un contexto que ponga de manifiesto el significado completo de dichos acontecimientos.
- Un foro para el intercambio de comentarios y críticas, requisito que los defensores del periodismo público, por ejemplo, consideran que va mucho más allá del ámbito de las cartas al director y las ocasionales informaciones sobre audiencias públicas, debates civiles y otros sucesos casuales relacionados con asuntos públicos.
- Un panorama representativo de los diversos grupos sociales que constituyen la sociedad.
- Presentación y clarificación de objetivos y valores nacionales, requisito inextricablemente unido al requisito anterior debido a la creciente complejidad cultural del mundo en su conjunto así como de los países y ciudades individuales. A la vez que señalaba que los medios de comunicación de masas son «un instrumento educativo, tal vez el más poderoso que existe», la Comisión también observaba: «Los medios de comunicación de masas, lo quieran o no, desdibujan o clarifican estos ideales al informar sobre los fracasos y logros de cada día».
- Facilitar el pleno acceso de los ciudadanos a la información sobre el estado actual de los asuntos públicos. Para lograr este ambicioso objetivo, los medios informativos deben considerar las enormes diferencias existentes en el grado de necesidad de orientación de los ciudadanos individuales y la existencia de múltiples públicos para la información de cada día.

Estos requisitos, según señala Maxwell McCombs de quien tomamos lo apuntado por el informe de la Comisión Hutchins,

*requieren una cautelosa reflexión profesional sobre las decisiones adoptadas diariamente sobre la organización de la agenda temática de los medios. Estos requisitos requieren asimismo una respuesta continua y explícita para medir la efectividad de los periodistas como comunicadores públicos que cumplen un papel social esencial*<sup>28</sup>.

Desde otro ángulo de visión, pero complementándose con lo señalado, Carlos Zéller<sup>29</sup> de la Universidad Autónoma

de Barcelona, estudiando el llamado "campo periodístico" y considerando al periodismo como un *bien público*, nos plantea el papel que deben cumplir los medios de información dentro de una concepción amplia de la democracia y del interés común. Desde ahí nos señala tres áreas a considerar en el entendido de la información como bien público:

- Se debe producir un cambio radical en el modo de trabajo de los periodistas, así como en la cultura periodística que racionaliza este método. El trabajo de los periodistas se ha de organizar a partir del principio de autonomía, que permite establecer los criterios de relevancia periodística con independencia de los factores que actualmente condicionan toda la construcción de la agenda periodística.
- El periodismo ha de explorar continuamente nuevas formas periodísticas que sirvan para elaborar una información compleja, capaz de dar cuenta de las causas y de los efectos de los hechos considerados y de hacerlos comprensibles a los lectores y espectadores.
- El campo periodístico ha de ser un espacio adecuado para la formación de la voz de los distintos grupos sociales, más allá del lugar que éstos ocupen en la estructura social y en la estructura de poder.

Estas consideraciones, y otras tantas, parten del hecho de que los medios se manifiestan en tres grandes funciones: la de integración social, la de soporte y guía cultural y la de acción y socialización política, se expresan desde la idea de que la información es un problema político, social y cultural que está vinculada al desarrollo de una sociedad democrática, que en definitiva debe ser una sociedad de la inclusión y de la gobernabilidad.

■ **Marcelino Bisbal**  
**Profesor de la Universidad Central de Venezuela (UCV) y de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Miembro del Consejo de Redacción de Comunicación.**

“

**El trabajo de los periodistas se ha de organizar a partir del principio de autonomía, que permite establecer los criterios de relevancia periodística con independencia de los factores que actualmente condicionan toda la construcción de la agenda periodística**

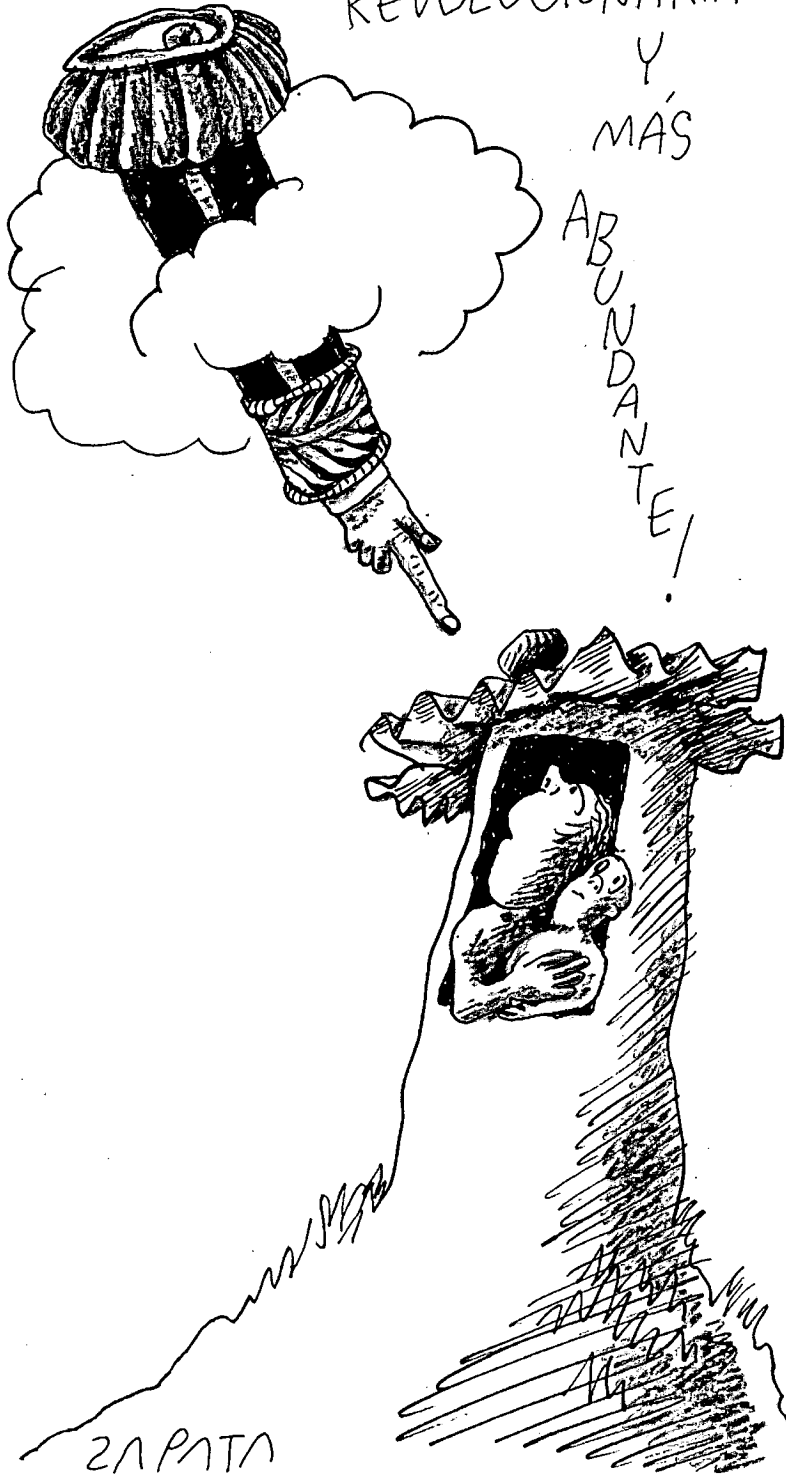
”

#### Notas y referencias bibliográficas

- 1 Cabrujas, José Ignacio (1990). "Nunca sucedió", en *El Ojo del Huracán*. Editorial Metrópolis. Año 1, N° 2, Febrero/Marzo/Abril 1990. Venezuela, pp. 34
- 2 *Ibidem*, pp. 34-35.
- 3 Canclini, Néstor García (2001). "Pensar en medio de la tormenta", en *Imaginario de nación. Pensar en medio de la tormenta*. Ministerio de la Cultura de Colombia. Colombia, pp. 14 y 15.
- 4 Barbero, Jesús Martín (2001). "Colombia: ausencia de relato y desubicaciones de lo nacional", en *Imaginario de nación. Pensar en medio de la tormenta*, op. cit., pp. 19.
- 5 Leiva, Luis Castro (1998). "La política que tenemos y la política que queremos", en *Venezuela el país que imaginamos*. Ediciones Miradas de JMC/Y&R. Venezuela, pp. 51.
- 6 Leiva, Luis Castro (1990). "El ciudadano, el militante, el vecino, el gerente", en *El Ojo del Huracán*, op. cit., pp. 5.
- 7 Sosa, Arturo (1997). "El Estado democrático y los partidos necesarios", en la revista *SIC*, N° 600, Año LX, diciembre 1997. Editada por el Centro Gumilla. Venezuela, pp. 451.
- 8 Álvarez, Ángel (2002). "Polarización política y colapso de la democracia en América Latina: un enfoque comparativo". Papel de trabajo. Copia de uso limitada. Venezuela.
- 9 Linz, Juan (1990). *La quiebra de las democracias*. Editorial Patria. México. Reproducido por Álvarez, Ángel (2002). "Polarización política y colapso de la democracia en América Latina: un enfoque comparativo", op. cit.
- 10 Leiva, Luis Castro (1998). "La política que tenemos y la política que queremos", en *Venezuela el país que imaginamos*, op. cit., pp. 58 y 59.
- 11 Eco, Umberto (1998). *Cinco escritos morales*. Editorial Lumen. España, pp. 51.
- 12 Marías, Javier (1994). "Pringue", en el diario *El País* del 11 de diciembre. España, pp. de opinión.
- 13 Marías, Julián (2000). *Ser español*. Editorial Planeta. España, pp. 45.
- 14 Ortega, Félix y Humanes, María Luisa (2000). *Algo más que periodistas*. Editorial Ariel Sociología. España, pp. 221.
- 15 Se trata del adelanto de una investigación, que como dicen las autoras –Elda Morales y Ana Irene Méndez– que forma parte de un estudio teórico sobre las vertientes contemporáneas acerca de la democracia y comunicación política en América Latina. Esos datos los podemos encontrar en Morales, Elda y Méndez, Ana Irene (2001). "Democracia, comunicación y ciudadanía (un estudio de opinión pública)", en la revista *Cuestiones Políticas*, N° 27, año 2001. Editada por el Instituto de Estudios Políticos y de Derecho Público de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad del Zulia. Estado Zulia.
- 16 García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos*. Editorial Grijalbo. México, pp. 90.
- 17 Ortega, Félix y Humanes, María Luisa (2000). *Algo más que periodistas*, op. cit., pp. 83.
- 18 García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos*, op. cit., pp. 21.
- 19 Martín Barbero, Jesús (2001). "Reconfiguraciones comunicativas de lo público", en la revista *Análisi*, N° 26. Editada por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). España, pp. 84.
- 20 CENINVEST, C.A (2002). *Índice de confianza de las instituciones venezolanas. Estudio de cobertura nacional*. Venezuela. Edición limitada, pp. 24 y ss.
- 21 INTERLACES (2004). *Tendencias socio-políticas de la sociedad venezolana actual*. Venezuela. Editado por Interlaces (Branding-Marketing-Communications).
- 22 Hernández, Tulio (1995). "Medios y conflicto político", en VARIOS AUTORES. *Medios de comunicación y democracia*. Venezuela. Ediciones de la Universidad Católica Andrés Bello y la Fundación Konrad Adenauer, pp. 116.
- 23 Monsivaís, Carlos (2001). "De la sociedad tradicional a la sociedad postradicional", en el libro colectivo *Imaginario de nación*, op. cit., pp. 32.
- 24 *Ibidem*, pp. 33.
- 25 Ver estos resultados en Morales, Elda y Méndez, Ana Irene (2001). "Democracia, comunicación y ciudadanía (un estudio de opinión pública)", en la revista *Cuestiones Políticas*, N° 27, año 2001, op. cit.
- 26 Ortega, Félix y Humanes, María Luisa (2000). *Algo más que periodistas*, op. cit., pp. 203.
- 27 En revista electrónica *Telos* N° 58, Enero-Marzo 2004. Dirección: <http://www.campusred.net/telos/home.asp>. España.
- 28 McCombs, Maxwell (2003). "Información relevante para sociedades democráticas", en revista electrónica *Telos* N° 58, Enero-Marzo 2004. Dirección: <http://www.campusred.net/telos/home.asp>. España.
- 29 Zéller, Carlos (2001). "Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática", en la revista *Análisi*, N° 26. Editada por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). España, pp. 140 y 141.

TU HAMBRE YA NO ES  
ESCUÁLIDA, COMO EN LA 4<sup>a</sup>.  
¡SINO ORGULLOSA,  
REVOLUCIONARIA

Y  
MÁS  
ABUNDANTE!



ZAPATA

Galería de Papel. Pedro León Zapata. (El Nacional, 24-08-2003)



# ¿Consumir a pesar

## Resumen

La globalización, como fenómeno de mercado carácter económico, ha modificado las intenciones del consumo y las necesidades del consumidor. No sólo se compra aquello que por su utilidad es requerido, sino también las mercancías que por su valor en cuanto a marca simbolizan un específico estatus o estilo de vida. Semejante "estado de bienestar" ha tenido sus particulares manifestaciones, como las grandes superficies o los shopping malls, donde los asistentes, jóvenes en su mayoría, encuentran una nueva forma de interacción y construcción de ciudadanía, y donde "ver y dejarse ver" es la estrategia. Este panorama adopta características diferentes en entornos como el venezolano, cuya prolongada crisis económica ha hecho mella en la capacidad de consumo. No obstante, los consumidores en situación de crisis buscan la forma de solventar sus necesidades, puesto que en los tiempos globales, no consumir es una manifestación de exclusión social que adopta incluso ribetes políticos.



# de la crisis?

## **Abstract**

*Globalisation, as a primarily economic phenomenon, has modified consumption patterns and the needs of the consumer. We purchase not only what we need but also those goods that, because of their label or brand, symbolise a particular status or life-style. This is reflected in the shopping malls, whose clients -young people for the most part- have discovered a new form of interaction, in which "seeing and being seen" is the strategy. In an environment such as Venezuela, where a prolonged economic crisis has seriously affected purchasing power, this takes on different characteristics. Even in a crisis, however, the consumer finds ways of satisfying his or her needs, because in a globalised world, not to consume implies a form of social exclusion which can even take on political overtones.*

En la era de la Globalización, el rol desempeñado por el consumo supone cambios en el sistema productivo que impulsan a redefinir los criterios existentes en torno al abordaje del mercado y a la noción misma de consumidor. En este escenario, los estrategias del mercadeo cumplen una función relevante en la creación y mantenimiento de la cultura de consumo, con mensajes que transmiten que la abundancia material es la medida del "bienestar", sobre la base de un modelo de consumidor de clase media en atención al cual todos los individuos, incluso los más pobres, evalúan su éxito personal y social.

En este entuerto de "encuentros y desencuentros", cabe preguntarse si realmente el derecho al consumo guarda un carácter universal, toda vez que éste se ha constituido en una significativa expresión de ciudadanía en el ámbito de mercados cada vez más atractivos por su crecimiento sostenido, aunque ello obedezca, en mucho, a la consideración e incorporación de los consumidores de escasos recursos dentro de los planes estratégicos de marketing.

## **EL CONSUMIDOR: SUJETO DE DERECHOS**

Desde el punto de vista histórico, el concepto de consumidor emerge con la este- la misma de la Modernidad al amparo del orden liberal instaurado con base en el pensamiento de Thomas Hoobes, refrendado luego en el marco de la Constitución de los Estados Unidos de América, documento que define a los ciudadanos, esencialmente, como portadores de derechos que el Estado debe proteger (entre los que se incluyen la propiedad, la libre expresión, la libre asociación, la libertad de culto y, en general, todos aquellos que se fundamentan en el principio de la libre escogencia), visión jurídica ésta que encuentra su justificación última en la tesis de Emmanuel Kant, quien define al individuo como un ser autónomo que actúa de

acuerdo con una voluntad racional<sup>1</sup>. Nació entonces la sociedad capitalista, signada por la relación entre productores y consumidores, con el acicate de una burguesía urbana y moderna, y los auspicios del doble movimiento en el que vendrían a converger la Revolución Francesa, como proceso político, y la Revolución Industrial, en tanto fenómeno de carácter científico-tecnológico<sup>2</sup>.

Más adelante, y ya en los predios del siglo XX, el Estado Liberal de Derecho Burgués abandonaría el rol que le reservaba el ser apenas un espectador de las relaciones de mercado para constituirse en Estado Social de Derecho, asumiendo en lo conducente funciones distributivas y promocionales del bienestar ciudadano (que comportaban la intervención y la planificación de la economía), abriéndose paso en medio de la crisis social que prefiguraría la I Guerra Mundial, junto a la industrialización del trabajo femenino en las fábricas. Sin embargo, la explosión del consumo de masas sólo tendría lugar una vez concluida la II Guerra Mundial, momento que traza las primeras líneas del “sueño americano”, y bajo su halo, el crecimiento pujante del mercado de consumo doméstico, dinamizado al compás del trasiego en los aparadores de las tiendas, y más aún, refractado en las pantallas de la televisión<sup>3</sup>.

Es de este modo como hacia la década de 1980, la creciente internacionalización asienta las condiciones para el encuentro definitivo del mercado con el consumidor, permitiendo la expansión geográfica de la llamada “sociedad de consumo” gracias al influjo de productos y símbolos estandarizados, y la consolidación de la propuesta neoliberal con su acento en la liberalización, la desregulación, la privatización y, sobre todo, el “Estado mínimo”. Así, la antigua relación entre una “globalización” a nivel de la producción (fundada en la captura y el aprovechamiento a veces indiscriminado de materias primas), y una “localización” en el consumo (que beneficiaba sólo a las clases privilegiadas de los imperios coloniales), invierte los términos y cede su turno para articular ahora a la “localización” de la producción con la “globalización” del consumo.

Precisamente, es en este nuevo estadio de la economía global donde el individuo asciende a la dimensión “cuasi paradisíaca” que entraña la definición de la palabra “consumidor”, vale decir, el status de la clase media, plagada de promesas de productividad eficiencia y autosuficiencia: todos usarán las mismas marcas de ropa,

“

**La explosión del consumo de masas sólo tendría lugar una vez concluida la II Guerra Mundial, momento que traza las primeras líneas del “sueño americano”, y bajo su halo, el crecimiento pujante del mercado de consumo doméstico, dinamizado al compás del trasiego en los aparadores de las tiendas, y más aún, refractado en las pantallas de la televisión**

”

y serán propietarios de un carro, una casa, un televisor a color, un teléfono celular y una computadora; todos navegarán en Internet, y visitarán centros comerciales, mejor conocidos como *shopping malls*; y, por supuesto, todos dispondrán de varias tarjetas de crédito que les servirán de llave para entrar al mundo de las mercancías, superando las posibles barreras derivadas de la falta de recursos financieros.

A no dudar, la sorprendente sofisticación técnica, así como también el incremento de la escala de producción y de diversificación de los diferentes medios de comunicación han contribuido en mucho a amplificar el “poder de seducción” que estimula el consumo de bienes y servicios, difundiendo a la mayor parte del globo terráqueo una cultura que, por un lado, promulga la vinculación con el producto, con la marca y con la imagen, y por el otro enaltece la libertad individual y la diversidad, asomando tras de sí un dejo de uniformidad que denota un alto grado de alienación en relación con el potencial de libertad que existe en cada una de las personas y que le habilita para intervenir en la realidad circundante.

Desde esta perspectiva, el consumo se entroniza, a las primeras, cual mecanismo perfecto para la clasificación y la diferenciación social, en el que cada objeto de

consumo y de “deseo” (desde una instrumentaria hasta un electrodoméstico) hace de cada quien un ser único, totalmente distanciado de la “muchedumbre solitaria”, en razón de que la referencia al objeto en sí mismo queda a trasluz, empequeñecida ante el acento desproporcionado en los atributos estéticos, originales y personalizadores: se consume no por la utilidad funcional que supone la apropiación del bien/mercancía, sino por el signo de prestigio derivado del acto de la compra<sup>4</sup>.

Por tanto, la sociedad de consumo no elabora manufacturas sino privilegios, convocando a participar de un pensamiento mágico donde las bondades de la producción son vividas como un “milagro”, mientras que las satisfacciones (privadas e ilimitadas) se convierten en “prácticas de exorcismo” por cuyo intermedio se aspira a conquistar el bienestar y la felicidad, absolutamente cuantificables y mensurables<sup>5</sup>. El consumidor, envuelto en su narcisismo, se complace en sí para complacer a los demás, y se aviene en el apresuramiento y en la compulsión para adquirir y disfrutar: cuanto más se consume más lejos luce la meta final de la abundancia, al tiempo que el sistema industrial garantiza el adiestramiento de la fuerza de consumo, supliendo a la tradicional ética del trabajo, la moral del ahorro y el patrimonio por las cuestiones superficiales del gasto, el gozo, y el no-cálculo (“compre hoy, pague mañana”)<sup>6</sup>.

No obstante, esta pretensión de clasificar y diferenciar a los individuos según “capacidades adquisitivas” no pasa de ser un argumento de la narrativa publicitaria que hace del consumo un dispositivo ideal para la integración y el control social, aventajando cualquier ideología en tanto ritual jerárquico por tratarse de una suerte de reino pospolítico o traspolítico, un nuevo “estado de naturaleza” en el seno de la hipercivilización de los *medias* (como apuntaría Baudrillard) en el que los conflictos no tienen cabida<sup>7</sup>. En consecuencia, el consumo se constituye en una de las vías de acceso a la ciudadanía (acaso la más importante), detentando por función principal la corrección de las desigualdades en una sociedad estratificada, que privilegia la pacificación y el consenso mirando de soslayo los escalafones fundados en el poder y el origen social<sup>8</sup>.

En este sentido, la noción del “sujeto de consumo” queda atravesada por una doble lógica: la del consumidor inmerso en el contexto de una economía definida por la progresiva efectividad del mercado, y la del ciudadano/consumidor inserto en un

sistema político de corte democrático asumido como respeto y ejercicio pleno de los Derechos Humanos; de la confluencia de ambas, y no sin visos de abstracción, habrá de surgir un individuo portador de un conjunto de derechos que establecen la igualdad ante la ley consagrada por el Estado, pero sometido a la competencia de los intereses privados en la esfera de la sociedad Civil. En definitiva, la política (como escenario de lo público) pierde terreno ante la economía; el consumidor se torna en “medio” que no en “fin” de la consolidación del proceso de ciudadanía; y los conflictos no versan sobre la propiedad de los medios de producción sino sobre la “apropiación de la individualización”.

Pese a que ello, al menos en términos discursivos, no implica que haya fenecido la construcción democrática de la ciudadanía, al parecer ésta sólo se “operacionaliza” en la medida en que el consumidor (en tanto agente económico con capacidad de compra) logra satisfacer individualmente sus necesidades en el mercado, una instancia que lo impele a experimentar un estado permanente de carencia subjetiva ante el flujo constante de mercancías, incluso en aquellas sociedades que lograron superar las más elementales. Justamente, esta propensión del mercado a una “normalidad” sustentada en la posesión de ciertos productos conlleva la necesidad de un nivel de ingresos ajustado a esas expectativas, requerimiento que plantea serias interrogantes al momento de constatar brechas entre un orden económico que demanda el consumo, y la realidad de un número nada insignificante de individuos que no cuentan con el ingreso suficiente para comprar todo lo que la normalidad exige.

Estas inquietudes despejan el camino hacia las respuestas dependiendo de si se las recrea en el ámbito del primer mundo, con un esquema ciudadano/consumidor de comprobada funcionalidad, o si en su defecto se les sitúa en América Latina y el Caribe, región donde los pobres consiguen superar con creces a los consumidores.

#### **MERCADO DE LOS POBRES: ¿VENTAS DE SEGUNDA?**

De acuerdo con cifras suministradas por la CEPAL con motivo de su informe anual titulado “Panorama Social de América Latina 2001-2002”, alrededor de 214,3 millones de personas se hallan por debajo de la línea de pobreza, panorama que no resulta del todo sorprendente considerando que entre los años 1995 y 1997 solamen-

66

**El 20% de las capas más ricas del globo (que vive principalmente en los países del norte), acapara el 86% del total de gastos del consumo privado, y dispone del 80% de la materia prima y de la energía producida anualmente en el mundo; por el contrario, el 20% de los estratos más pobres sólo es responsable de un 1,3% del consumo privado, y ha visto incrementarse en más del doble la desigualdad de su ingreso per cápita**

99

te 21 naciones, de un total de 147 países calificados como “tercermundistas”, registraron una tasa de desarrollo sobre el 3%<sup>9</sup>. En esta misma línea, el Programa de Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas (PNUD) estima que 1,5 billones de seres humanos subsisten con menos de 1 dólar al día, situación que compromete sensiblemente sus posibilidades de supervivencia, dejando el saldo preliminar de 840 millones de infortunados que sufren los embates de la desnutrición<sup>10</sup>.

Para estos sectores de la sociedad mundial, que no disponen de los medios para cubrir sus necesidades básicas, la libertad de elección queda muy restringida, en especial en aquellos casos en los que, irónicamente, priva la más absoluta miseria incrustada en los tuétanos de un modelo de civilización que se yergue sobre un patrón de consumo social y ecológicamente insostenible, apenas viable para un grupo minoritario que se corresponde a un quinto de la población del planeta<sup>11</sup>. No en vano, según los datos del informe “Consumo para el Desarrollo Humano”, emitido por el PNUD, el 20% de las capas más ricas del globo (que vive principalmente en

los países del norte), acapara el 86% del total de gastos del consumo privado, y dispone del 80% de la materia prima y de la energía producida anualmente en el mundo; por el contrario, el 20% de los estratos más pobres sólo es responsable de un 1,3% del consumo privado, y ha visto incrementarse en más del doble la desigualdad de su ingreso per cápita con respecto al de las personas más “acomodadas” en el transcurso de 1960 a 1994.

A modo de muestra, y tomando como punto de partida la realidad más próxima de América Latina, en el período que corrió entre 1990 y 1995 el contingente de pobres aumentó de 183 millones a 230 millones, solapando al 48% de la población del continente; estas proporciones adquirieron particular visibilidad en las zonas urbanas, a juzgar por el hecho de que, para ese entonces, más del 80% de los habitantes de los seis países más grandes pertenecía a la clase socioeconómica E, por lo que no es de extrañar que, para el referido interín, aproximadamente 10 millones de venezolanos (51% de la población) vivieran en ranchos. De allí que para los países del Sur el espejismo del consumismo del Norte resulte una promesa casi siempre aplazada, cuando no un sueño imposible, en poco auxiliado por los planes de desarrollo diseñados por los entes nacionales o internacionales, cuyo foco apunta a importar los beneficios de la sociedad de consumo, sin que hasta ahora ello haya significado un mejoramiento sustancial y efectivo de las condiciones de vida.

En tal sentido, la cotidianidad latinoamericana se enclava en un epicentro de imágenes que reflejan la caricatura de la opulencia y el progreso, combinados con la miseria y el atraso, sin menoscabo de incertidumbre, desfiguración humana y violencia, en el marco de una economía que responde a características de subsistencia y comparte dinámicas con la informalidad<sup>12</sup>. Enmarañados en este *modus vivendi*, los pobres difícilmente encuentran dentro del mercado de bienes, servicios y estilos de vida impuesto por las “marcas” y los “logos” la satisfacción tangible de sus necesidades, y menos aún el logro de su bienestar, sintiéndose excluidos de las prácticas de consumo y presa de un sentimiento de indefensión ante una democracia que debería garantizar su existencia<sup>13</sup>.

Empero, si bien es obvio que la sociedad contemporánea no ha traído consigo un incremento de la felicidad y de la realización personal, aun cuando hoy en día se goce de un acceso al consumo que es cuatro veces y media superior comparado con el registrado al momento de la vuelta

de hoja del siglo XIX al siglo XX, ese rasgo no le ha impedido incorporar a la modernidad a las amplias zonas de “depauperados”, no tanto por la vía del disciplinamiento como por la del contacto con el mercado, entendido en su acepción de espacio privilegiado de articulación entre la realidad cultural y la *praxis* concreta de los individuos<sup>14</sup>.

Ciertamente, en la construcción social de la realidad, la cotidianidad se instituye a través de un conjunto de acciones, incidentes y accidentes del ser y del existir que acompañan el “día a día” de los diferentes sectores constitutivos de la trama social, colaborando en mucho en la reproducción ampliada del mercado de bienes-/mercancías mediante una creciente segmentación en múltiples “nichos”: a la creación de los “sujetos de consumo” se superponen los esfuerzos que conllevan una mayor implantación del marketing en las fases de producción y comercialización, convirtiéndose en una fuente para el conocimiento de fenómenos de subjetividad social que permanecen ocultos bajo diferentes formas institucionales<sup>15</sup>. Por ende, ya no basta con “saber vender” el producto y acertar con los mensajes adecuados, sino que se hace patente la exigencia de reconocer cómo se abren intersticios en el mercado a partir del proceso de distinción y adscripción de los consumidores en su paso por una abundancia de ofertas disponibles, para luego identificar el posicionamiento real del producto o sus posibilidades dentro de otros nichos<sup>16</sup>.

La influencia del mercadeo es un hecho establecido tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo, pese a lo cual, durante buena parte de la década de 1980, el grueso de las publicaciones que versaban sobre negocios internacionales patrocinaba el denominado “mercadeo global”, centrado en la atención a las poblaciones de los países ricos, sin descontar a las clases pudientes de los países pobres y, por supuesto, a sus hijos adolescentes, sin duda una visión muy auspiciosa considerando que, por ejemplo en los Estados Unidos, apenas un 12% de los norteamericanos puede considerarse pobre, aun cuando esta minoría equivale a unos 32 millones de consumidores<sup>17</sup>.

No obstante, esta estrategia comenzó a declinar a comienzos de los años 90 a raíz de la apertura y el crecimiento verificados en naciones como Rusia, China o la India, paralela al retraimiento de las economías antaño “emergentes” de Argentina, Brasil, Venezuela y Sudáfrica, lo que dejaba al descubierto ante las multinacionales dos de sus

“

**Conforme a los estándares de medición, un reducido 19% de la población venezolana se maneja entre rangos que le permiten a sus integrantes ser catalogados como “consumidores tipo”, pertenecientes a los estratos socioeconómicos A, B y C**

”

más importantes limitaciones prácticas: apartaba al menos a dos tercios de la población de la tierra, conformados por ilimitados segmentos de pobres; y las mantenía sujetas a una progresiva dinámica de “canibalización”, enfrentándoles entre sí en una desgastante competencia sin atisbos de nichos abandonados a su suerte<sup>18</sup>.

La magnitud de este fenómeno, que pone en primer plano los hábitos de compra de los sectores populares, ha atraído el interés de las empresas, obligándolas a desarrollar nuevos conceptos de productos, esquemas de distribución y penetración, modalidades de pago, y mecanismos para apoyar el mercadeo, en su afán por escudriñar la cultura de consumo de este mercado que difiere del típico modelo de la clase media (ocasionado por la pérdida del trabajo del sostén de la familia, o el abandono del hogar de alguno de estos contribuyentes), pero que cuantitativamente resulta muy atractivo aunque limite sus compras a la satisfacción de necesidades básicas, de la manera más racional posible. Esta innegable realidad le imprime un carácter antropológico, sociológico y psicológico al marketing actual, concebido como “el proceso de planeación y ejecución del concepto, del precio, de la promoción y de la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos tanto individuales como organizacionales” (AMA, 1985), en función de:

1. El estudio, análisis y comprensión de los elementos del entorno empresarial

para la toma de decisiones acerca de cómo servir mejor a los consumidores.

2. Las acciones operativas respecto a cómo implementar las decisiones estratégicas derivadas del proceso de análisis de los mercados a atender<sup>19</sup>.

Esta óptica enfatiza la esencia contextual del marketing, perfilándolo en expresión cultural que responde a unas circunstancias específicas, en un tiempo y momentos determinados, y no a supuestas verdades universalizantes y generales (Páramo, 2000), caracterización que, a su vez, delinea al consumo como un acto cargado de significados culturales que desborda el simple ejercicio de gustos, antojos y compras irreflexivas<sup>20</sup>.

Semejante planteamiento invita al abordaje del estudio del comportamiento del consumidor (visto como un ser social integral) desde la “humanidad” de sus propias circunstancias, con su “permanente insaciabilidad postmoderna de consumos infinitos” que le lleva a establecer, en su vida cotidiana, relaciones afectivas y socioculturales con productos y servicios imbricados en escenarios de adquisición y consumo de amplio impacto<sup>21</sup>.

## **SOBREVIVIENDO AL CONSUMO**

Conforme a los estándares de medición, un reducido 19% de la población venezolana se maneja entre rangos que le permiten a sus integrantes ser catalogados como “consumidores tipo”, pertenecientes a los estratos socioeconómicos A, B y C, aun cuando de la totalidad de esa élite (la mejor remunerada, valga la acotación), los ubicados en los dos últimos escalones están, en su mayoría, más cerca del “rasero” que del “tope” que los mantiene en esa clasificación, haciendo lo posible por no caer en la línea social inferior. Y es que la tendencia al empobrecimiento, lejos de disminuir, aumenta, confinando a un representativo 80% de venezolanos en los segmentos D y E, cuyo perfil, poco más o menos, responde a los siguientes rasgos: un hogar conformado por seis miembros, tres de los cuales son menores de edad, con la presencia de una madre (no siempre acompañada de un marido que, además, no necesariamente es el padre de todos los niños); la familia reside ya sea en una vivienda propia, de algún familiar o alquilada, y su sostenimiento recae sobre una o dos personas que, pese a no superar la educación básica, consiguen reunir un ingreso promedio de Bs. 420.000,00, lo su-

ficiente para adquirir la canasta alimentaria, reservando la ingesta de carne, pollo o pescado a dos o tres veces por semana<sup>22</sup>.

Si bien la tendencia general del consumo es declinante, y las expectativas no son nada alentadoras, este colectivo está dispuesto a comprar, y muestra una marcada inclinación hacia productos y sitios específicos, tal como lo refleja la composición de su gasto familiar, que deja un margen de menos del 20% para recreación, esparcimiento y diversión: en general, piensan en lugares públicos como parques, plazas, centros comerciales y franquicias; ocasionalmente van a la playa y llevan sus alimentos preparados. Asimismo, están dispuestos a sacrificar la adquisición de insumos básicos (incluso alimentos) para no restringir otras actividades que les proporcionan gratificación pero, por sobre todo, aceptación grupal (comprar ropa y artículos personales de marca)<sup>23</sup>.

Ello es refrendado por el Director de la consultora Datanalisis, Luis Vicente León, quien señala que, en estos momentos, los sentimientos más comunes entre la población son la angustia, la desconfianza, la tristeza, el miedo y la frustración, panorama ante el cual la respuesta de los consumidores es buscar algún tipo de actividad o compra que les brinde bienestar y satisfacción personal, dando cabida a la emoción en las compras:

“Por ejemplo, para la señora Petra Pérez, que vive en Petare, que no gana mucho, y que además tiene el marido desempleado, no es raro que su hijo le pida dinero para comprarse zapatos de marca que cuestan más de tres salarios. Pero cuando ella le dice que no a su hijo, entonces el chamo le dice: pero mamá, ¿qué quieres? ¿qué me dejen fuera del grupo?, ¿qué yo no pueda levantarme a la chama del liceo porque nadie quiere estar conmigo? Entonces no es raro ver gente que se gasta tres salarios en comprarse unos zapatos, o seis salarios en hacer la fiesta de 15 años de la hija para invitar a la gente del barrio. Eso, que quizás mucha gente no hace, para ellos es vital, porque son las pocas cosas que les permiten sentirse alguien en la vida”<sup>24</sup>.

Comportamientos de este estilo se ajustan bastante bien a la caracterización de la cultura de la pobreza, en la que es habitual detectar fantasías referidas al acceso a ciertos productos y servicios, con predominio de emociones negativas que no parecen haber evolucionado al extremo de la depresión, pero sí del resentimiento. De allí que los estudios efectuados por Datanalisis sugieran que, atendiendo a los dos

66

**Comportamientos de este estilo se ajustan bastante bien a la caracterización de la cultura de la pobreza, en la que es habitual detectar fantasías referidas al acceso a ciertos productos y servicios, con predominio de emociones negativas que no parecen haber evolucionado al extremo de la depresión, pero sí del resentimiento**

99

criterios que definen el consumo (disponibilidad económica y confianza en el futuro), la incertidumbre y la crisis que vive el país alejan cada vez más a los venezolanos de un patrón de consumo basado en la irracionalidad.

En efecto, hoy en día, las amas de casa de bajos recursos adquieren los víveres y productos de consumo diario en abastos ubicados en el barrio donde viven, o en cadenas de supermercados cercanas a sus sitios de residencia, constituyendo los atributos más significativos de la compra el precio o las promociones, la calidad y por último el servicio (comodidad y ausencia de colas, entre otros aspectos). Más en detalle, y monitoreado por segmentos de consumo, algunos han optado por eliminar algunos rubros, limitar la variedad o usar con menor frecuencia los artículos de “Hogar, tocador y cosméticos”; en lo que respecta al rubro “Salud”, se reeditaron los remedios caseros junto a la búsqueda de médicos brujos o de medicina alternativa, acudiéndose a los servicios de un galeno por motivos de estricta emergencia (en especial, tratándose de personas mayores de 50 años o niños), sin que ello implique la compra de toda la receta ni el cumplimiento del tratamiento prescrito; por su parte, la adquisición de ropa quizás ha sido el renglón más afectado, en medio de una acentuada tendencia a la comercialización en el mercado informal.

De acuerdo con el CENDA, si se considera el criterio de que una familia dispone para sus gastos dos salarios mínimos (equivalente a Bs. 593.045 al mes), el costo de la canasta básica de mayo pasado superó en Bs. 635.566 (es decir, en un 51,7%) el ingreso familiar mensual de referencia<sup>25</sup>. En esta misma línea, un informe elaborado por el Banco Central de Venezuela (BCV), titulado “Sistema de Indicadores de Volumen, Precios y Valor de las Actividades de Comercio”, evidencia que, entre enero y marzo de 2004, los precios experimentaron un alza de 6,4% en razón de la devaluación y el incremento en 8 de los 11 rubros de los productos controlados por decreto gubernamental a principios de febrero (entre ellos las bebidas no alcohólicas, grasas y aceites, pescados, y carnes y sus preparados), con el lastre de una variación negativa por el orden del 31,53% en el volumen de ventas, incluyendo tanto al mercado mayorista como al detal<sup>26</sup> 27.

No en vano, en materia de consumo, la mayor preocupación para la mayoría de los venezolanos es la alimentación, con acento en quienes pertenecen al estrato “E” o de “pobreza crítica” (43% de la población), que sobreviven con medio dólar al día (cuando el estándar en los países más pobres es de un dólar diario), y un déficit por familia cercano a los Bs. 200 mil para adquirir una canasta alimentaria (Bs. 476.920, en mayo); sin olvidar a los integrantes de la clase socioeconómica “D” (38% de los venezolanos), conocida también como de “pobreza moderada”. De allí que se haya determinado que durante los últimos doce meses alrededor de 2.880.000 personas dejaron de hacer una de las tres comidas diarias, y redujeron la ingesta de proteínas, prescindiendo de raciones de carne, pollo, pescado, leche, quesos y cereal, adicionándose así al “ejército” de venezolanos mal nutridos identificado en el año 2002, para un total de 6,7 millones de personas impelidas a “modificar” sus hábitos de consumo alimenticio.

Ello es corroborado en el mismo reporte del BCV, en el que se reseña que la venta de alimentos y bebidas en comercios especializados como supermercados, hipermercados, cadenas de supermercados y abastos, tuvo un descenso de 21,15%, al tiempo que la demanda de estos mismos productos en almacenes no especializados cayó en un 27,28%.

Algunos especialistas estiman una posible recuperación de la demanda en el segundo semestre de 2004 debido al aumento del salario mínimo en un 30% (ascen-

diendo a Bs. 321.235), aprobado por el presidente Hugo Chávez en abril pasado, y establecido en dos tramos: una primera porción de 20% que entró en vigencia desde el 1° de mayo, y una segunda parte de 10% que comenzará a cancelarse el 1° de agosto próximo<sup>28</sup>. Sin embargo, la realidad del mercado laboral venezolano, a lo sumo, permitirá cubrir con este beneficio a 2,4 millones de personas, dejando al margen de este incremento a los 2 millones de venezolanos que se hallan en situación de desempleo (principalmente mujeres y jóvenes), aparte de los 5,4 millones de trabajadores que desempeñan algún oficio en el sector informal de la economía, cuyo ingreso difícilmente llega a la remuneración más baja en la escala de sueldos, y no guarda las tradicionales implicaciones en términos de prestaciones sociales, pago de vacaciones y aguinaldos, o bonificación por concepto de alimentación<sup>29</sup>.

Lo cierto del caso es que los estudios de Datanalisis determinan que, en lo que va de año, el aumento de los precios ha evaporado 16% de la capacidad de compra de los trabajadores que reciben salario mínimo a fin de mes y, si se observa la tendencia desde 1998, la merma del poder adquisitivo alcanza un categórico 38%. Sobre la base de este *background*, Luis Vicente León no duda en puntualizar que, en tres meses, la aceleración de la inflación promovida por el gasto del Estado, el aumento del endeudamiento público y la restricción en la compra-venta de divisas que dispara la paridad en el mercado negro, terminarán por diluir el referido incremento, aunque reconoce que el aporte de la segunda fracción, prevista para el mes de agosto, apenas mejorará 4,5% el ingreso real de los trabajadores.

En consecuencia, ahora el consumidor luce más racional en sus gastos, se centra en un presupuesto, es selectivo en la recordación de la publicidad, un decidido comparador de precios, y respeta mucho las prioridades. Sirva de muestra un estudio titulado "La equidad y el consumo: Conducta de las consumidoras pobres en Venezuela", conducido por Nunzia Auletta, en el que participaron 400 mujeres residentes en los barrios de Caracas, y donde se pone de relieve que uno de los medios de información menos utilizados para las compras es la televisión (32%) pues, aun cuando ofrece un arqueo general acerca de las marcas, no resulta oportuna para conocer la existencia de ofertas y rebajas en establecimientos específicos, descolgando frente a ella la búsqueda dentro del comercio (79%), seguida por el paseo delante de

“

**En consecuencia, ahora el consumidor luce más racional en sus gastos, se centra en un presupuesto, es selectivo en la recordación de la publicidad, un decidido comparador de precios, y respeta mucho las prioridades**

”

la tienda (61%), las fuentes de tipo personal (30%), y la elección sustentada en la experiencia propia<sup>30</sup>.

Cabe acotar, sin embargo, que la racionalización del presupuesto no socava la actitud favorable hacia las marcas en la decisión de compra (sobre todo como indicador de la calidad del producto), aunque no impide que los consumidores se "muevan" entre diferentes marcas según las ofertas que encuentren en el punto de venta. Por eso, no sorprende que hayan venido ganando terreno dentro de la publicidad en TV y prensa, las piezas que ponen énfasis en el precio o en las promociones, en detrimento de lo que se llama "construcción de imagen de marca".

Arturo Casado, presidente de la Federación Venezolana de Agencias de Publicidad y de Leo Burnett, advierte que esta situación es consecuencia de la coyuntura actual, y amenaza con ahogar la creatividad. Precisamente, esta inquietud le ha impulsado a llevar adelante, desde FE-VAP, un proceso de análisis del trabajo de las compañías del sector, a partir del cual se espera que surjan nuevas líneas que apuesten por una combinación calibrada de los objetivos de largo plazo de una marca (para asegurar su permanencia y memorabilidad en la mente del consumidor), sin renunciar a los mecanismos que el mercado impone, como lo son el precio y la promoción, en los escenarios de adquisición y consumo<sup>31</sup>.

## CIUDAD AL BORDE DEL CONSUMO

La publicidad aparece cada vez menos enfilada hacia el flanco motivacional, y más bien proclive tanto a la "proposición de estilos de vida" enmarcados en "condiciones de vida no elegidas", como a la creación "mundos consumísticos" donde unos objetos se imbrican entre sí y se entrelazan con un "universo de ocio", decantando en la construcción de identidades sociales a través de prácticas de consumo, en tanto reducto aventajado para una reproducción social ampliada y, casi siempre, catalizadora de las desigualdades<sup>32</sup>.

En tal sentido, las urbes modernas, cuyo territorio se integra o desintegra a partir de las sensibilidades que la cruzan, constituyen collage de imágenes y retrato de diversidad étnica y cultural, inseparables del desarrollo de un sistema económico de relaciones "globalizantes" que interpelan a los sujetos de diversos modos, incorporándolos como "actores" en la puesta en escena de una ritualidad ciudadana materializada en referentes simbólicos y signos masivos de intercambio, identificación y reconocimiento.

En este contexto, la figura de los centros comerciales conjuga la plaza central, el parque y la esquina, erigiéndose cual espacios en los que el encuentro y el transitar son posibles, una suerte de "lugares" y "no lugares" (a decir de Marc Augé) que han trastocado lo público y lo privado, para unos efímeros y transitorios, para otros especiales e históricos, por cuanto quienes se relacionan, pasean y se divierten en sus áreas adquieren y estructuran hábitos y patrones de conducta que vinculan indefectiblemente la sociabilidad con el consumo: sin necesidad de desplazarse mucho y con horarios extendidos, en los centros comerciales se encuentra todo lo necesario para el esparcimiento/comunicación combinados con el ocio, desde zonas verdes, salas de juegos futuristas, cines con enormes pantallas y sonido estéreo, modernos almacenes y *supermarkets*, hasta *bowling*, servicios bancarios, tiendas exclusivas y cadenas de comercios<sup>33</sup>.

En el caso de Venezuela, si bien hacia el año 1999 los estudios de Datanalisis señalaban que apenas un 5% de la gente hacía sus compras en *shopping malls*, ahora la cifra se ha incrementado a un 30%, al tiempo que cerca de un 80% de los residentes en ciudades admiten que visitan con frecuencia estos recintos. Como muestra, la consultora acota que el caraqueño está asociando fuertemente su diversión (durante los fines de semana y



tiempos libres), con centros comerciales como el Sambil, el Centro San Ignacio, el CCCT y El Recreo, aduciendo por razones “ir de paseo”, “ir a comer” o “ir al cine”, tendencia que se extrapola a otras regiones del país donde son célebres el Metrópolis (Valencia), el Plaza Mayor (Puerto La Cruz), Las Trinitarias (Barquisimeto), y el Grupo Sambil (Valencia, Margarita, y pronto Maracaibo)<sup>34 35</sup>.

Para la psicóloga y presidenta de la Asociación Venezolana para la Ciencia del Comportamiento, Felicitas Kort, este fenómeno encuentra su explicación en múltiples razones, como por ejemplo el hecho de que los *shopping malls* desempeñan funciones curativas por la vía de alternativas formales (eventos, comercios) o informales (sitio de reunión para tertulias); asimismo, el vínculo crece y se estrecha por una “búsqueda de espacios gratos”, organizados de manera ideal, dada lo “escasamente amigables” que se han tornado las calles y, en general, los sitios abiertos en la ciudad. Aparte, algunos acuden a estos recintos como un antídoto, en una desesperada y perpetua búsqueda del placer inmediato y fugaz del consumo, capaz de aliviar angustias, frustraciones e insatisfacciones.

Otro tanto apuntan los centros comerciales en su condición de lugares de visibilidad y reconocimiento social, donde el acto de “ver y dejarse ver” está relacionado con la necesidad de obtener la aprobación de “otros”, de acuerdo con Miguel Ángel Aguilar Díaz, investigador del Diplomado en Culturas Juveniles de la Universidad Autónoma de México, quien sostiene que los jóvenes se desplazan por los parámetros de la identificación-apropiación de la marca como elemento cultural, motivo por el que van a estos recodos a sociabilizar, invirtiendo su tiempo en mirar vitrinas e imaginar cuál es el prototipo anhelado. Este planteamiento es apoyado por la Prof. María Teresa Carmona Sánchez, autora del estudio “El consumo de los adolescentes en los Centros Comerciales”, cuyos hallazgos determinan que las compras están definidas por cuatro sectores muy dinámicos: en principio, la música; de segundas, el cine, los videojuegos y los videos; después, la ropa y calzado; y por último, los alimentos, siendo la predilecta la comida rápida.

No obstante, frente a los *shopping malls* surgen también mercados que funcionan a manera de espejo invertido (en palabras de Miguel Aguilar), a los que concurren jóvenes de escasos recursos para consumir productos que se adquieren

“

**El caraqueño está asociando fuertemente su diversión (durante los fines de semana y tiempos libres), con centros comerciales como el Sambil, el Centro San Ignacio, el CCCT y El Recreo, aduciendo por razones “ir de paseo”, “ir a comer” o “ir al cine”, tendencia que se extrapola a otras regiones del país**

”

en los centros comerciales, pero a precios más baratos; a los efectos demostrativos, sirva un simple vistazo por los cascos centrales de las urbes venezolanas para constatar cómo los trabajadores del sector informal han ido ocupando más espacio. Ello pone de relieve una tendencia individualizadora (orientada hacia la búsqueda de la ínfima diferenciación estandarizada), dentro de sistemas de objetos de consumo producidos desde un horizonte global, haciendo de la experimentación de los estilos de vida una opción personal sobre la cual construir la autoimagen o “relativizarla”, a la usanza de los jóvenes que estigmatizan su “membresía socioeconómica” utilizando lo usado, lo roto, lo sucio, lo que no es original, como una forma de visibilidad.

Sin duda, tras la irrupción de la globalización, el mercado ha reorganizado la producción y el consumo, con el ánimo de acelerar los ciclos de capital y abrir mayores oportunidades comerciales. Los productos que antes se dirigían a sectores exclusivos, prácticamente hoy en día se encuentran al alcance de todos, lo que ha entrañado no sólo la importación de marcas, sino de complejos modelos culturales que han traído consigo una redefinición de las identidades organizadas en torno al consumo, proceso al que han contribuido significativamente los medios masivos de comunicación como modo de narrar lo social

y elaborar imágenes sobre los rituales cotidianos.

El consumo ha pasado de ser una necesidad individual de apropiación de objetos a una expresión social de apropiación colectiva que comunica a los demás: es destruir, extinguir, pero al mismo tiempo pertenecer, asimilarse, incorporarse, diferenciarse y adherirse a la nueva modernidad con una identidad basada en el hecho de comprar y utilizar los bienes y/o servicios.

■ **Agrivalca R. Canelón S.**  
Comunicadora social y miembro del Consejo de Redacción de *Comunicación*

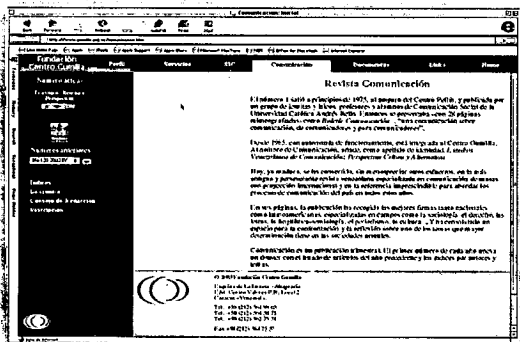
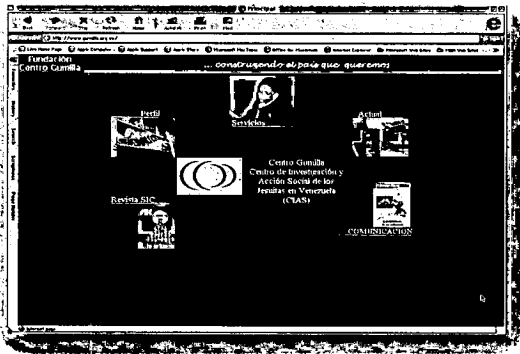
#### Notas y referencias bibliográficas

- 1 ALEJANDRO, Roberto: “Ciudadanía y Globalización”. Presentación en la Conferencia Dorothy D. Bourne. Escuela Graduada de Trabajo Social. Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, 30 de abril de 1999. En la siguiente dirección electrónica (URL): [http://www.comitepr.org/articulos/pdf/ciudadania\\_globalizacion.pdf](http://www.comitepr.org/articulos/pdf/ciudadania_globalizacion.pdf)
- 2 DORADO MAZORRA, Yul Francisco: “Consumidores y Pobreza. Encuentros & Desencuentros del Consumidor. Derechos Humanos y Consumo”. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.consumidoresint.cl/programas/educacion/educacionypobrezal.doc>
- 3 “Consumo Ético. Cuadernos de Propuestas para el Siglo XXI”. Noviembre 2001. Coordinado por Flávia Soares y Nelson Diehl. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://consumption.socioeco.org/>
- 4 CALLEJO, Javier: “La construcción del consumidor global”. UNED. Departamento de Sociología I. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/consumidor-global.htm>
- 5 BISBAL, Marcelino: “El consumo cultural. Para pensar lo massmediático o la fascinación de la comunicación masiva”. En la siguiente dirección electrónica (URL): [http://www.museosdevenezuela.com/Documentos/3Publicos/MuseosyPublico004\\_1-1.shtml](http://www.museosdevenezuela.com/Documentos/3Publicos/MuseosyPublico004_1-1.shtml)
- 6 MAZA BAZÁN, Pedro: “Para entender la postmodernidad”. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.servicioskoinonia.net/relat/023.htm>
- 7 DE ARMAS, Gustavo: “Moda y publicidad. Los juegos de Narciso”. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.chasque.apc.org/frontpage/relacion/anteriores/n146/modayp.htm>
- 8 OSSA, Carlos: Gramáticas Pardas. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.e-ca.usp.br/associa/alaic/chile2000/3%20GT-%202000Comunicação%20Politica/Ossa.rtf>
- 9 “Centros Comerciales: refugio social de los jóvenes”. En la siguiente dirección electrónica (URL): [www.uam.mx/comunicacionuniversitaria/boletines/anteriores/may8-03-1.html](http://www.uam.mx/comunicacionuniversitaria/boletines/anteriores/may8-03-1.html)

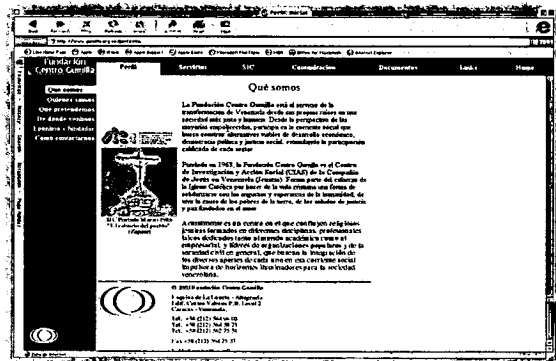
- 10 FLORES PRIETO, Pamela: "¿Hacia dónde va la ciudad? Apuntes para la construcción de ciudadanía en Barranquilla". En: Revista Latina de Comunicación Social, N° 20, Agosto de 1999, La Laguna (Tenerife). En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.ucl.es/publicaciones/latina/a1999eag/55pfp.htm>
- 11 "Nuevos Espacios de Encuentro: Los Centros Comerciales". En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.angelfire.com/ct/tcobos/texto37.html>
- 12 BUEN ABAD DOMÍNGUEZ, Fernando: "Filosofía de las Imágenes Urbanas (La ciudad en imágenes y el cuerpo en la ciudad)". En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://boards3.melodysoft.com/app?ID=urban98&msg=8>
- 13 CASTIBLANCO CARDONA, Amanda: "Comunicación Educativa: Una propuesta transdisciplinaria". En: Revista de Ciencias Humanas, N° 18. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev18/castiblanco.htm>
- 14 PUENTE, Raquel: "Servicios para todos: los consumidores de escasos recursos como clientes". En: Debates IESA, Volumen VIII, N° 3, Abril-Junio 2003. Pág. 19
- 15 FONSECA VALIDO, Rafael: "Cultura, Comunicación y Recepción de Noticias". En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/invest/culcomr.htm>
- 16 BARBALLO, David y KRAEMER, Alejandro: "Antropología y Mercado". En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.delariva.com.mx/site/articulos/art18.asp>
- 17 ESPINOSA INFANTE, Elvia y ZARÚR OSO-

- RIO, Antonio: "La Cultura: un fenómeno que permea los mercados". En: Gestión y Estrategia, N° 15, Enero - Junio 1999. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num-15/doc12.htm>
- 18 IRELAND, John: "Mercadeo en Venezuela hoy: en busca de las mayorías". En: Debates IESA, Volumen VIII, N° 3, Abril-Junio 2003. Pág. 8
- 19 PÁRAMO MORALES, Dagoberto: "Una aproximación cultural al Marketing Recreacional". En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.redrecreacion.org/documentos/congreso7/DParamo.html>
- 20 GÓMEZ SAMPER, Henry y MÁRQUEZ, Patricia: "Reto Empresarial: potenciar el mercado popular". En: Debates IESA, Volumen VIII, N° 3, Abril-Junio 2003. Pág. 24
- 21 PÁRAMO MORALES, Dagoberto: "La Etnografía, una aproximación antropológica al estudio del comportamiento del consumidor". En la siguiente dirección electrónica (URL): [http://web.unab.edu.co/editorialunab/revistas/rcmarketing/pdfs/r11\\_art5\\_c.pdf](http://web.unab.edu.co/editorialunab/revistas/rcmarketing/pdfs/r11_art5_c.pdf)
- 22 CAMEL ANDERSON, Eduardo: "Ajustar hasta donde se pueda". En: El Universal, 29 de febrero de 2004, Cuerpo 1, Pág. 20.
- 23 "Todo lo que usted quería saber sobre...El consumidor popular: Un mercado enorme y (casi) desconocido". En: Debates IESA, Volumen VIII, N° 3, Abril-Junio 2003. Pág. 36.
- 24 BARREIRO, Raquel: "Consumir con angustia y frustración". En: El Universal, 23 de mayo de 2004, Cuerpo 1, Pág. 19
- 25 DÍAZ, Ana: "Canasta básica aumentó a Bs. 1.228.611 en mayo". En: El Nacional, 5 de junio de 2004, Cuerpo E, Pág. 20.

- 26 HERNÁNDEZ, Katuska: "Ventas se contrajeron 31,53% a principios de año". En: El Nacional, 18 de abril de 2004, Cuerpo A, Pág. 16.
- 27 DÍAZ, Ana y RODRÍGUEZ PONS, Corina: "Gobierno decretó aumento de 30% en el salario mínimo". En: El Nacional, 1° de mayo de 2004, Cuerpo A, Pág. 16.
- 28 SALMERÓN, Víctor: "Salarios aplastados". En: El Universal, 1° de mayo de 2004, Cuerpo 1, Pág. 13.
- 29 ROJAS JIMÉNEZ, Andrés: "Más de 7,5 millones de trabajadores no percibirán nuevo salario mínimo". En: El Nacional, 2 de mayo de 2004, Cuerpo A, Pág. 22.
- 30 AULETTA MACCHIA, Nunzia: "¿Qué es la felicidad? ¿Una nevera llena!". En: Debates IESA, Volumen VIII, N° 3, Abril-Junio 2003. Pág. 14.
- 31 MÉNDEZ, Norberto: "Casado: Publicidad de ofertas mata la creatividad". En: El Nacional, 5 de junio de 2004, Cuerpo A, Pág. 16.
- 32 GARCÍA BRAVO, Haydeé: "Comunicación, vida cotidiana e identidades urbanas en S.L.P., en tiempos de globalización". En: Revista Razón y Palabra, Primera Edición Especial, julio de 1997. En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/mcluhan/trad.htm>
- 33 "Nuevos Espacios de Encuentro: Los Centros Comerciales". En la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.angelfire.com/ct/tcobos/texto37.html>
- 34 LÓPEZ, Liza: "Vida de Centro Comercial". En: Todo en Domingo. Caracas, 23 de mayo de 2004, N° 242, Pág. 13.
- 35 (<http://www.datanalisis.com/investigaciones/detalles.asp?Cod=54>).



Visite nuestra página en internet  
**www.gumilla.org.ve**



**Buzones correo electrónico**

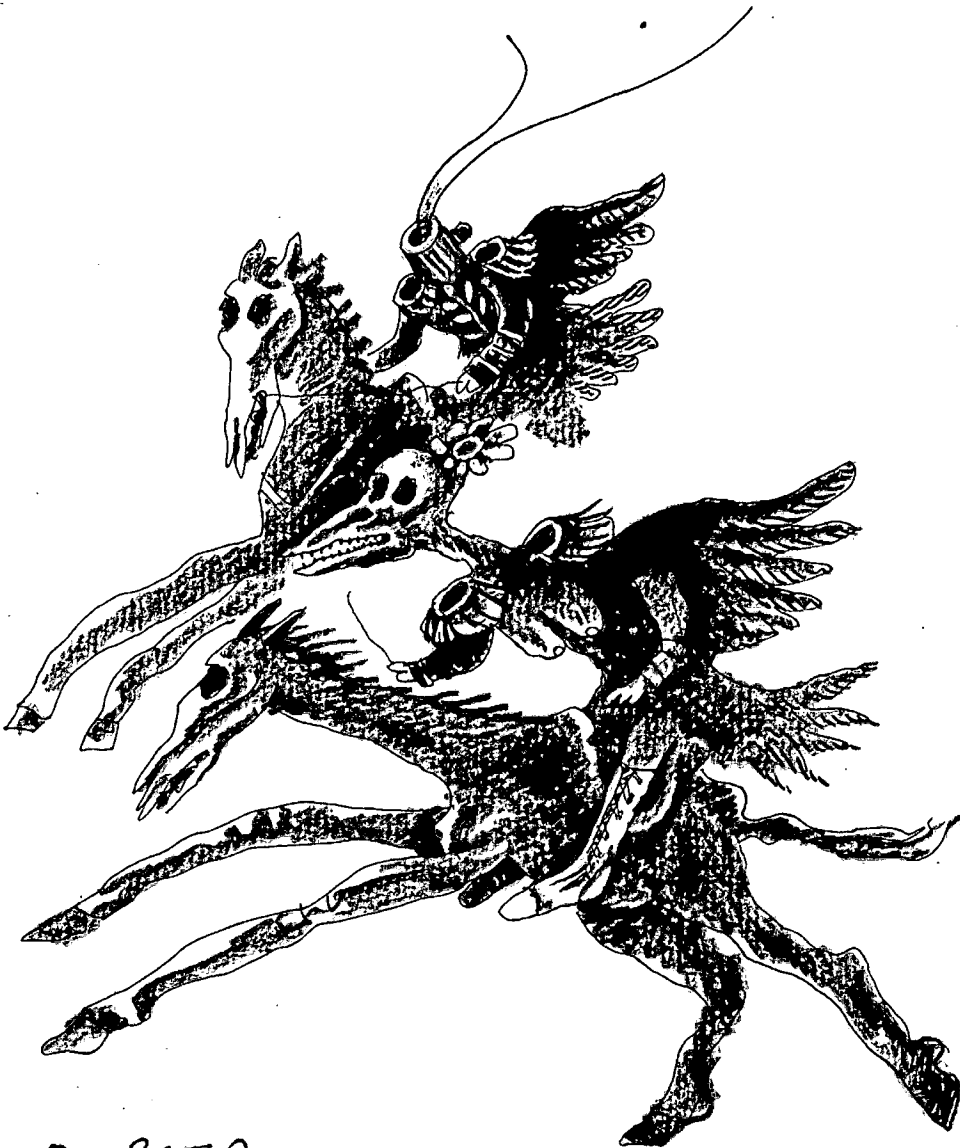
**REDACCION SIC/sic@gumilla.org.ve**

**REDACCION COMUNICACION/comunicacion@gumilla.org.ve**

**UNIDAD DE DOCUMENTACION/documentacion@gumilla.org.ve**

**ADMINISTRACION/administracion@gumilla.org.ve**

¡  
A ESTE PASO  
DE VENCEDORES,  
LLEGAREMOS  
ANTES DE  
LO PREVISTO  
AL SIGLO  
19 !



ZAPATA

## Foro con Elías Pino Iturrieta, historiador

**E**l historiador comienza por recordar lo que le movió a escribir *El divino Bolívar*, tras observar cierta locura reinante en Caracas; una patología, en sus propias palabras. Pero las motivaciones profundas del venezolano traspasan el fenómeno Hugo Chávez Frías: éste lo que ha hecho es capitalizar la hipertrofia histórica del mito, y tratar de borrar los haberes de una democracia reciente, la que parte del año 1945 y continúa en 1958.

Al observar el fenómeno, me di cuenta de que no era algo inventado por Chávez, porque desde hace mucho tiempo hemos hecho una basílica y metido allí al mito. De la simple observación directa deduje que estábamos participando en una guerra de símbolos; que ya el gobierno se había apropiado de Bolívar, o más bien lo había expropiado... La búsqueda de una simbología que se le pudiera enfrentar. Y aquí topamos con la Iglesia, o con la religiosidad venezolana. Tampoco había que ser muy perspicaz. Bastaba con bajar de donde yo vivo a la autopista y ver cómo pasaban los camiones cisterna llenos de agua bendita bañando a la población antichavista; a eso le siguió la Virgen sudando en algún lugar y todas las procesiones. Y me dije, la verdad, la locura se destapó completamente. Esa locura la teníamos metida en algún lugar, como sociedad. Con un problema de fondo: nadie está dispuesto a admitir que vive en un manicomio.

De modo que me propuse averiguar qué es lo que está pasando con este bolivarianismo y la guerra de los símbolos.

Hay un fenómeno que además quise analizar: la excesiva presencia de Bolívar. Cómo es posible que estemos viviendo



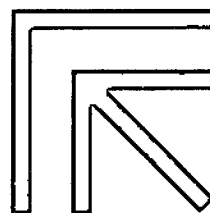
# Los padres del pueblo, después del gran parricidio

## ■ Sebastián de la Nuez

con un muerto que murió en 1830. Ya muchos gobiernos habían tratado de utilizarlo, aunque siempre manteniendo una distancia reverencial. Cuando Chávez pone una silla vacía en los gabinetes para el Libertador, y la gente se da cuenta de aquello y le parece normal, es que todos compartimos un difunto. Y que va a ser la solución para miles de las urgencias de ahora. Pero quizás el único planteamiento novedoso sea el siguiente: siempre se atribuyó el culto a la manipulación política; sin embargo, encontré papeles que demuestran que fue el propio pueblo venezolano, a partir de 1832, el que resolvió sacar a Bolívar en procesión. No le había pasado a Páez por la cabeza la posibilidad

del traslado de sus restos. No había ninguna propuesta oficial para la manipulación del héroe, ni nadie soñaba en dar un discurso casi de canonización de Bolívar en la catedral; ya lo canoniza primero el pueblo. Entonces hay dos posibilidades de entender el mito: esta manipulación oficial desde arriba, pero también la que sale de abajo sin que nadie especialmente la provoque.

Lo que sucede ahora es que Chávez une en el mismo altar a María Lionza y a Bolívar; las angustias del pueblo que lo saca en 1832 en procesión con la retórica republicana que suena en los oídos del venezolano al menos desde 1840. Establece ese vínculo y crea una situación ingober-



Pino Iturrieta junto a Marcelino Bisbal, Gustavo Hernández y Andrés Cañizález, miembros del Consejo de Redacción

*En estas páginas se resume lo conversado con Elías Pino Iturrieta en la redacción de la revista Comunicación. Pino Iturrieta, individuo de número de la Academia Nacional de la Historia y actual director del Instituto de Investigaciones Históricas y del postgrado en Humanidades de la Universidad Católica Andrés Bello, es autor del libro **El divino Bolívar**, ensayo sobre una religión republicana. La idea de esta charla fue, fundamentalmente, conectar las claves en la conformación de una mentalidad propiamente venezolana desde una perspectiva histórica, para tratar de entender lo que sucede hoy en día en el país. Presentes estuvieron José Ignacio Rey, Marcelino Bisbal, Jesús María Aguirre, Acianela Montes de Oca, Gustavo Hernández, Andrés Cañizález, Carlos Correa, David de los Reyes, Narsa Silva, Francisco Pellegrino, Agrivalca Canelón, Iván Alonso y Francisco Tremonti. Todo lo que no está en cursivas en el texto, es autoría de Elías Pino Iturrieta*

nable: el culto plebeyo se une al culto letrado. El pintor alemán Wellerman está en Caracas en 1842, cuando retornan los restos de Bolívar. Le llama la atención el orden y la reverencia del pueblo; si esto se hubiese hecho en algún lugar de Europa, habría sido un bochínche. Pero aquí las clases altas estaban alrededor del héroe, pero el pueblo también con dolor y alegría: allí se unían los dos cultos. Eso fue mucho antes de que se le ocurriera a Guzmán Blanco hacer el Panteón Nacional.

En Apure el pueblo pasa de lo sagrado a lo profano, llevando a Bolívar en procesión para que pare la crecida del río; y luego va ese pueblo a rezarle al Nazareno. Los primeros calendarios patrióticos

los organiza Monagas. Bolívar se va a convertir en salvador de la posteridad. No sólo sirve para su tiempo sino para el futuro. Pero eso no lo inventó ningún político o escritor o publicista; sino la gente.

*Interviene Acianela Montes de Oca y contrapone la figura de Juan Vicente Gómez a la de Bolívar. El primero, asociado a la dureza de la dictadura; el segundo, a valores positivos.*

En los dos casos estamos hablando de padres castrantes. La memoria de Venezuela tiene dos rincones para atesorar dos figuras. En el rincón uno está Bolívar, y en el otro, Gómez. Eso es terrible. Lo curio-

so del caso es que Gómez fue ladrón, asesino, torturador, ignorante, frío y cruel. Pero ningún autor venezolano dice eso. Siempre le buscan la vuelta con una explicación. Ha habido una patología social, afincada en lo que los intelectuales de la sociedad han resuelto que sea Gómez. Como también en el caso de Bolívar. En ese lado letrado hay todo un maquillaje de las figuras, para que exactamente se sepa lo que conviene saber. En el caso de Gómez es escandaloso. Pero en el caso de Bolívar se disimula a un político y guerrero que gana y termina perdiendo.

*Montes de Oca resume, entonces, que el intelectual, pero también el pueblo, se postra ante la figura autoritaria. Y se pregunta qué pistas da ese elemento para la actualidad venezolana.*

La mayor parte del tiempo la sociedad venezolana se ha arrodillado ante sus mandones. Y lo ha hecho gozosa. Cuando uno ve que Guzmán Blanco insulta al venezolano, se hace levantar estatuas y sin embargo el pueblo lo aclama. La gente en Caracas, y en muchas ciudades del interior del país, sale a la calle a gritar que viva el panadero (había una crisis alimentaria por entonces), y el panadero insulta a la gente. Le dice cosas terribles que ordena publicar en la prensa, y la gente continúa aclamando al panadero. Con Monagas fue igual; y nombra en la Presidencia a su hermano. Y la gente aclamar a José Gregorio Monagas. Es decir, la negación absoluta del republicanismo está acompañada por el pueblo venezolano. ¿Quién recibe a José Gregorio Monagas cuando llega de Barcelona? El obispo de Caracas junto a una multitud que lo ovaciona. Es

decir, la antirrepública propiamente dicha es aclamada por el venezolano. En el caso de Gómez, durante 27 años la gente sabe que lo gobierna un bárbaro pero lo acepta. Además, hay un grupo de importantísimos intelectuales venezolanos que proclama la beatitud del tirano sin que nadie en el país se atreva a sugerirles, por lo menos, un mínimo recato. Y hoy todos esos pensadores son ineludibles. Aquí no se puede dar un paso sin Laureano Vallenilla, Gil Fortuol, Arcaya, etcétera. El gobierno de Chávez tenía el propósito de llevar a Pedro Manuel Arcaya al Panteón. Eso fue abortado por algún indiscreto personaje y no pasó a mayores.

Es mentira que la sociedad venezolana se levantó contra Pérez Jiménez. Eso es una burda patraña; fueron cien adecos que pagaron con su vida. Y cien comunistas que pagaron con su vida, y con la tortura y con su tormento. Igual la Iglesia Católica, hasta la Pastoral de monseñor Arias. Durante 27 años de dictadura gomecista, esa jerarquía eclesial estuvo muda. De modo que aquí hay un problema de la sociedad venezolana que yo no sé por qué razón existe; un problema relativo a la entrega a la antirrepública, en un país que se proclamó de las primeras repúblicas de Hispanoamérica, desde 1810. Hay un credo republicano que negamos constantemente con nuestra conducta.

Y ahora hay quien se rasga las vestiduras porque se apoya a Chávez. ¿Y no apoyó a Carlos Andrés Pérez? Pérez se convirtió en emperador de Venezuela durante su primer gobierno. Y en el segundo cambió de disfraz pero siguió haciendo lo mismo; hacía su voluntad sin siquiera consultarle a su partido. De modo que hay una dependencia de la antirrepública que ha marcado la historia de Venezuela; y todos nos hemos ocupado de encubrir-la, empezando por el Himno Nacional. "Gloria al bravo pueblo que el yugo lanzó". ¿Tenemos cara hoy, frente a los problemas que estamos pasando y de los cuales somos todos responsables, de que éste es un bravo pueblo?

Creo que uno de los servicios que uno puede hacer es decir exactamente eso: tenemos evidencias suficientes para demostrar que este pueblo es poco familiar con la libertad. Excepción hecha del puñado de hombres esenciales que siempre existen en la sociedad.

Jesús María Aguirre señala una visión cosmopolita que mira con desdén el fenómeno de los nacionalismos y el debate de las identidades, como algo románti-

“

**En el caso de Gómez, durante 27 años la gente sabe que lo gobierna un bárbaro pero lo acepta. Además, hay un grupo de importantísimos intelectuales venezolanos que proclama la beatitud del tirano sin que nadie en el país se atreva a sugerirles, por lo menos, un mínimo recato**

”

*co y trasnochado del siglo XIX. Sin embargo, a partir de la Segunda Guerra Mundial se han constituido más de un centenar de países y, solamente tras la disolución de la URSS, una veintena. De una u otra forma, como ha analizado Anthony Smith, tanto los primeros Estados-nación europeos (que inauguraron una forma particular en Occidente) como los nuevos, constituidos posteriormente, recurren a dispositivos similares entre los cuales están los recuerdos históricos aureolados y ciertos mitos fundacionales. Ni siquiera el patriotismo constitucional, inspirado en Habermas y aplicado a la realidad, logra deshacerse, fácticamente, de los componentes motivacionales de una patria de origen. Por ejemplo, los europeos no se han despojado de sus patrias de origen para adherirse a una ciudadanía europea.*

*Ahora bien —continúa Aguirre—, en el caso particular de Venezuela, uno de los mitos compartidos es el de las hazañas emancipadoras de Bolívar, que, sociológicamente, ha derivado en el rito de su veneración. No hay más que recordar las celebraciones del Bicentenario del nacimiento de Bolívar, cuando se aunaron todos los corazones, incluso los de los jóvenes más irreverentes. ¿Por qué desechar este factor simbólico generalizado, como diría Parsons, de integración que permite fundar un relato con sentido para otorgar identidad a una comunidad y opera como inspirador para el venezola-*

*no viejo o nuevo? ¿O es que es mejor que nos reduzcamos, pragmáticamente, a un campamento petrolero?*

Creo que todo apunta hacia la identidad. En este sentido, lo patriótico y lo bolivariano hacen el papel de plataforma. Hay que ver qué es lo que pasa con esa identidad que sería como el soporte de todo lo demás: no tiene pies de barro, por cierto. No se trata de Juana de Arco, por ejemplo, que se presentó un día diciendo que acababa de hablar con San Miguel Arcángel o San Judas Tadeo y le manda a decir esto y lo otro al Delfín. Cualquiera pudo haber dicho que estaba loca de remate. Esta generación de la Independencia no habló con arcángeles ni con beatos, sino que hizo realmente la gesta. Efectivamente hay una realización colectiva muy importante, que permite hacer cualquier tipo de templo; o por lo menos, que eso sea el fundamento de la cédula. Hubo una obra indiscutible que hicieron los venezolanos entre 1810 y 1830: ganarle la guerra a una potencia fundamental de entonces. Ahí hay un primer elemento complicado cuando uno se pone a discutir la identidad y lo bolivariano. Da la casualidad de que el hombre sí hizo cosas. Y que todo este mapa de repúblicas nuevas que cambia la historia universal encuentra mucha explicación en la obra de don Simón y de su generación. Luego, no estamos inventando un milagro de la nada. Sí hay una obra en la cual una ciudadanía puede reconocerse. No existe alternativa que no sea aceptar la legitimidad del mito. Es un mito que en el fondo no lo es, porque hay una cantidad de referencias concretas que demuestran lo que llamamos hazaña. Entonces el pueblo de Venezuela se mira en el espejo de una hazaña, y se alimenta, y vive feliz de mirarse en ese espejo. Pero esa epopeya será rechazada por los propios contemporáneos. ¿Qué hace el venezolano después de Carabobo? Lo mismo que hubiéramos hecho nosotros hoy: esto es un horror. De esa epopeya nos quedó hambre, desempleo... ¿Quién es el culpable? El loco, el dictador, el tirano. Así, la sociedad venezolana reacciona en su momento contra el mito. Y nadie lo dice, o lo dice al revés. Pienso que la generación más lúcida de venezolanos es precisamente ésa que se instala a pensar desde su pobreza y desde su tragedia, para llegar a la conclusión más sensata de todos los tiempos: hay que parar este horror. Y hay que separarnos del padre del horror. ¿Quién es el padre del horror? El fundamento de la identi-



Elías Pino Iturrieta y Marcelino Bisbal

dad. Aquí nace, entonces, una cosa muy complicada en la fragua de la identidad: los herederos de la epopeya, la rechazan, y no quieren nada con su cabeza. No quieren nada desde el análisis conciente y sensato de la realidad. La herencia de Bolívar es un desastre; la Colonia sigue existiendo como en los tiempos de España.

A la hora de seguirle los pasos a la identidad, ese divorcio se ignora o se anuncia como traición.

Es tan fuerte la luz de la epopeya que Páez, Vargas, Santos Michelena y Fermín Toro y todos los que hacen a Venezuela son traidores. Juan Vicente González publica en 1842 su famoso texto "Mis exequias a Bolívar", donde asoma la posibilidad del pecado original: Venezuela nace desde el parricidio. Chávez habla del síndrome de 1830 y de la traición que implica; pero también el cardenal Quintero en las homilias del Bicentenario. Venezuela peca porque desconoce al enviado de Dios. No lo dice cualquiera. Y por consiguiente, el país tiene que pagar la penitencia. ¿Cuál fue? La oscuridad del siglo XIX.

Lo que sucede con ese mito que sí tiene fundamento no permite que entendamos, en primer lugar, cómo hubo gente que en su momento lo criticó. Pero algo más importante: oculta por completo la identidad de Venezuela. Cuando Quintero dice que el siglo XIX es un castigo y

Juan Vicente González anuncia que cometimos el pecado original, y lo repite Chávez, justamente ocultamos lo mejor de la identidad, que es lo que sigue. Es decir, Venezuela en la epopeya es destrucción; y después de la muerte de Bolívar, construcción, arquitectura. El país no desaparece como se pensaba. La gente se faja a trabajar. De modo que esa identidad fulgurante de la epopeya oculta la que de veras pudiera sacarnos del enredo: a partir del 17 de diciembre de 1830 se construye el país. Se hacen carreteras, se abren fuentes de trabajo; surge un discurso ciudadano y republicano que inicia José María Vargas y que se prolonga casi sin solución de continuidad todo el siglo XIX. Pero prevalece la idea de que los hombrecitos sustituyen al gigante; los pecadores remplazan al beato. Por consiguiente, todo lo que va a suceder no es sino el castigo por haber desconocido al padre. Guzmán lo pesca perfectamente, de modo que lo convierte en Dios, lo pone en una iglesia y él pasa a figurar como socio, añadiendo al partido Liberal en el condominio. Así persevera el desprecio hacia el siglo XIX, pero además, hacia la Colonia.

Lo anterior es grave, porque en el tema de la identidad a nadie le pasa por la cabeza los trescientos años de la cultura española. El santo, o sea Bolívar, reacciona contra España, y por consiguiente, la

cultura española es mala; Guzmán y los positivistas afrancesados profundizan la brecha al reducir la posibilidad de encontrar elementos indulgentes. Esto llega al clímax cuando Chávez canoniza eso constitucionalmente con la República Bolivariana. Ahora no se trata de que se le ocurrió a Guzmán o que lo dijo el cardenal; es la Carta Magna, que cuando dice República Bolivariana echa a la basura los trescientos años de la Colonia. Pero también todo lo que se hizo después, porque lo importante es lo que se resume en la figura de Simón Bolívar.

En la reforma del Código Penal que está a punto de salir, hay un artículo nuevo que pena la "injuria y difamación a la memoria de Simón Bolívar". Eso es absurdo. La injuria y la difamación es algo de índole contemporánea: tú me insultas y yo te demando; es un asunto de gente viva. Pues no. Está tan vivo Simón Bolívar que los legisladores incluyen pena de multa por ofender o injuriar la memoria del Padre de la Patria. Quiere decir que vive y tiene abogados que te pueden demandar. A ese extremo llega la fortaleza del mito que se convierte en un protagonista de un juicio actual mientras hemos echado al tarro de la basura aquellos elementos de identidad fundamentales.

Lo que sucede antes de la gesta no importa: la riqueza del cacao, el cuero y el café. El trabajo de los venezolanos y la cultura, sin la cual no se pueden explicar Bolívar y la Independencia. Pero lo peor es que no importa lo que sucede después, porque todo a partir de 1830, con todos los rasgos que pudieran contribuir a la conformación de la identidad, desaparecen.

*José Ignacio Rey pone en duda la lectura hecha por Pino Iturrieta sobre la locura colectiva. Dice que es un diagnóstico válido sólo por lo que tiene de descriptivo de una cierta sensación ambiental, pero, en realidad, falso por vago e impreciso. ¿No son también "locuras colectivas" las que viven otros pueblos? Piensa que el problema de Venezuela no es tanto el "mito-Bolívar" en sí mismo cuanto la ausencia de otros referentes. Venezuela es un país relativamente joven, mestizo, receptor de inmigrantes, "campo petrolero" sin norte y sin metas. Y en relación con esa ausencia de referentes, podrían hacerse dos denuncias concretas. Por un lado, la constatación de que la actual oposición a Chávez es todo menos propositiva; parece no haber entendido todavía que el problema de Venezuela no es Chávez o que Chávez es tan sólo expresión o*



*síntoma del problema. Por otro lado, uno se pregunta, muy en concreto y por ejemplo, dónde están los egresados de una Universidad Católica ya cincuentenaria; egresados hasta ahora (quizás con la excepción tardía de la agrupación Primero Justicia) ausentes del espacio público donde se generan propuestas mayores de país viable. El problema es, en mayor o menor grado, del conjunto de nuestras Universidades, a lo que se suma la responsabilidad, por ausencia, de los intelectuales. En suma, le parece que hay una ausencia de referentes.*

Hay una cuestión que está muy arraigada en nuestro discurso, y que en reuniones como ésta conviene discutir. El país joven que por analogía es inmaduro. Por el contrario, creo que éste no es ningún país joven; es tan antiguo como cualquiera. Precisamente estamos olvidando la fragua colonial. Bolívar proclama, y lo dice en el discurso de Angostura, que al venezolano le puede pasar como a Ícaro si él no lo enseña; pero qué dicen los líderes del año treinta: tenemos que crear una pedagogía para este pueblo incompetente. Creo que en algún momento hay que cambiar ese esquema, porque no se ajusta a la realidad. No es cierto que sea un país joven. Cuando digo que aquí hay una locura es porque veo síntomas de una situación muy extraña, que no advierto en otras partes. Guzmán insiste en eso: hay que enseñar a esta gente como se enseñaría a los indios de la Guajira y del Caroní. Los positivistas, lo mismo. Según esta lectura, la incompetencia de un pueblo joven no le permite acceder a la democracia. Pero peor es en la pluma de Vallénilla, con el cesarismo democrático: se necesita al hombre fuerte y bueno que maneje a los muchachos. El tema es gravísimo, porque eso lo asume la democracia del siglo XX (esto es una exageración que funciona como metáfora) cuando resuelve no pensar y entregarle el pensamiento a Arturo Uslar Pietri. Entonces se crea algo pavoroso, los notables. Pero los adecos proclaman la madurez del pueblo venezolano: el pueblo es dueño de su destino y puede acceder a la elección universal, directa y secreta. Uslar Pietri y otros que rodean a Medina niegan, sin embargo, ese derecho aduciendo que ese pueblo no está, precisamente, preparado. Cuando muere Uslar Pietri, no muere un buen novelista: muere la conciencia del país.

Hay un movimiento previo, todo el que se va formando con el gomecismo, que no comulga con ese magisterio y que

“

**Los adecos proclaman la madurez del pueblo venezolano: el pueblo es dueño de su destino y puede acceder a la elección universal, directa y secreta. Uslar Pietri y otros que rodean a Medina niegan, sin embargo, ese derecho aduciendo que ese pueblo no está, precisamente, preparado. Cuando muere Uslar Pietri, no muere un buen novelista: muere la conciencia del país**

”

apunta hacia la idea fundamental: éste es un pueblo hecho y derecho. Y esto es lo único que puede explicar cómo, dentro de la locura entre comillas a que me he referido, existe hoy un movimiento muy parecido a lo republicano. Coincide con el derrumbe de los partidos políticos una clase media que, por las razones que sea, está poniendo la carne en el asador. Y sale a la calle con sus banderas. Esa es una indicación de una metamorfosis seria de la sociedad venezolana. En suma, en el siglo XX los venezolanos hemos aportado suficientes elementos como para acabar con el monoteísmo de Bolívar.

La tesis del infantilismo es la del conquistador: el hombre inepto de América necesita la tutoría del culto europeo.

*Rey insiste en la ausencia de auténticos intelectuales, orientadores y generadores de propuestas. O serviles al gobierno de turno o erráticos y solitarios. Serían necesarios en la construcción interdisciplinaria de una "memoria nueva". Los historiadores se preocupan del pasado. Nuestro reto es de futuro y, primero que nada, de futuro inmediato: ¿cómo incidir propositivamente en lo mítico, en orden a que se active la reconstrucción de una Venezuela nueva?*

Ramón J. Velásquez me dijo en cierta

ocasión que no puede solucionar sus problemas un pueblo que sigue mirando al cuartel de Maracay. Es decir, un pueblo que sigue mirando hacia lo militar no es republicano. Pero yo le quiero agregar que tampoco puede arreglar sus problemas un pueblo que mire a la esquina de La Torre. Ahí está el asunto. Tradicionalmente, las encuestas han mostrado que las FAN se hallan entre las instituciones con mayor prestigio, como también la Conferencia Episcopal. Eso es la negación de la república desde la perspectiva de la historia hispanoamericana. Esta es una sociedad que desde 1687 está regida por la ley canónica del Sínodo de Caracas, que establece que hay dos tipos de personas: los padres de familia y la multitud promiscua. Los padres de familia son los blancos criollos, y la multitud promiscua, los demás. Esa ley ha estado vigente hasta 1904, y hay que pensar en lo que ha debido influir en la formación de una mentalidad la permanencia de ese documento.

Evidentemente, el problema no es Chávez, sino una sociedad que mira hacia los mismos lugares de salvación a los que siempre ha recurrido. Eso cambia poco a poco y lentamente. Ahora, uno pudiera pensar que esa mentalidad comienza a romperse; pero se rompe para ensayar cosas nuevas que poco a poco se van estableciendo. Y allí entrarían en acción los intelectuales. Chávez dice que el siglo XX se ha perdido para Venezuela; y si eso es así, todos formamos parte de esa perdición. Y votamos por él, pasando por encima tamaño insulto. Hay algo, evidentemente, que no tiene que ver con Chávez, que nos ha llevado a esta postración. Quizás la falta de entendimiento y de valoración de lo que se hizo después del derrocamiento de Medina Angarita. Cuando la sociedad venezolana acepta el discurso negativo sobre la historia contemporánea, condena a la muerte a los partidos políticos. Entonces (y esto ya se ha dicho), los sabios de turno, la radio y la televisión, van a llenar ese vacío para convertirse también en escollos para el republicanismo. Creo que los medios de comunicación no tienen que ver con la formación de la mentalidad, pero ocupan un protagonismo provocado por la negación del pasado y de sus arquitectos, y lo hacen de tal manera que se convierten en otro factor de negación del republicanismo.

## RECONSTRUIR EL PASADO

*Pino Iturrieta rescata el trienio 1945-48 como periodo de miserias pero sobre to-*



Francisco Tremonti, Francisco Pellegrino, José Ignacio Rey y Sebastián de la Nuez

do de virtudes, colocando a Rómulo Betancourt y Rafael Caldera como las figuras demócratas que habrán de echar la historia hacia adelante entonces y a partir de 1958; hay que revisar esa parte crucial de la historia contemporánea porque el país no puede enquistarse en la Batalla de Carabobo. Hay que hacer una memoria desde lo actual, a ver cuáles son las figuras familiares en las que el venezolano se pueda reconocer. Según él, el álbum será distinto. Quizás lo primero que deba hacerse es reconstruir la etapa post perezjimenista hasta hoy.

Jesús María Aguirre, por su parte, recuerda que hoy se reconoce la importancia decisiva de los medios de comunicación junto con la educación para socializar a la población de un Estado determinado. Incluso una variable fundamental a tener en cuenta es que los medios tienen un impacto de socialización mucho más prolongado que el de la educación y logran establecer los puentes generacionales, imposibles de crear en una sociedad de masas. En el caso particular de Venezuela, se suma además la pluralidad constituida por numerosos emigrantes hasta el punto de que la población de Caracas —por no poner el ejemplo de una ciudad fronteriza— está constituida por un tercio de venezolanos nuevos de primera o segunda generación. No habiendo un enraizamiento fuerte en las tradiciones de un gentilicio desbordado y en vista de que los medios no tienden los puentes generacionales respecto a los 45 años de democracia, se pregunta qué otros mitos o ideales utópicos pueden constituirse en integradores y qué papel pueden jugar los medios en ello.

Marcelino Bisbal vuelve al papel de los intelectuales. Acerca de lo que plan-

teó Rey en relación a la ausencia de intelectuales en el país del presente —y si se quiere la ausencia de intelectuales desde 1958 hasta nuestros días—, afirma Bisbal que tenemos una visión no contrastada con la realidad. A veces, por desconocimiento hacemos apreciaciones que no se corresponden. Menciona una investigación para un trabajo de licenciatura que ha leído recientemente sobre el intelectual y el país: “Me encuentro en las páginas de ese texto con la presencia de intelectuales que se agruparon alrededor de dos movimientos de entonces, Tráfico y Guaire. Sus integrantes tuvieron una visión de país, dejaron obra escrita y muchos de ellos hoy día tienen un compromiso sobre lo que debe ser el país y hacia dónde conducirlo, escriben en la prensa fijando posición, o están en la cátedra universitaria investigando, escribiendo y diciendo cosas. Así que yo creo que sí hemos tenido y tenemos intelectuales en el país. Lo que sucede, y así empató con algo que dijera Elías Pino, es que hoy la consideración que hagamos del intelectual tiene que ser más amplia que la visión estrecha que creo ha manejado Elías. Hoy el intelectual tiene a su disposición otros soportes para dar a conocer o divulgar su obra que ya no es sólo el libro o el texto en general. Creo que tenemos intelectuales más flexibles dentro de una Venezuela más compleja, de mayor incertidumbre que en tiempos pasados”.

Carlos Correa, finalmente, anota la relación de los intelectuales que asumen la televisión como trabajo, y el papel de las tertulias o grupos (como antes lo fueron Tráfico y Guaire) que van dejando sedimento aunque los medios no los registren.

Creo que el papel de los intelectuales hay que verlo con cuidado. No todos los llamados intelectuales en Venezuela lo son realmente. No considero intelectual a cualquiera. Intelectual es Vallenilla Lanz o Briceño Iragorry: allí ha quedado una obra. Hicieron de la reflexión el trabajo de su vida. Cuando uno compara con intelectuales de Colombia o México, ve la diferencia. No solamente hay allí una obra intelectual, sino que tienen enjambres de discípulos: Octavio Paz, Leopoldo Zea, Carlos Fuentes... Y sobre los medios pienso que su influencia es muy importante, pero desde otra perspectiva. No es la de la fragua de una mentalidad que viene de muy atrás. En cuanto a los hijos de los extranjeros, eso sí es un tema que debemos tocar. La ruptura del mito y la ruptura con la Gran Colombia no la hacen los venezolanos; la hacen los hijos de los venezolanos que no viven la guerra. Es decir, todos los hijos de los españoles, que se escapan del país cuando se da el decreto de guerra a muerte, no tienen nada que ver con la Independencia ni con la guerra, pero vienen a reclamar lo suyo después de Carabobo. El viejo Guzmán se lleva a un muchachito que se llama Antonio Leocadio; el viejo Lander, a Tomás; Vargas va a estudiar a Edimburgo; Santos Michelena monta un tarantín en Filadelfia; estudian en las universidades de París, Londres, Berlín... Regresan a Venezuela en el 29, vírgenes y mártires. Sus haciendas ya no existen y sus esclavos fueron muertos; sus casas se las tumbó el terremoto (y lo que no tumbó el terremoto se lo llevó Bolívar), y así por el estilo. Es un desastre. Son como extranjeros. Y todos ellos comienzan la fábrica del país, sin ningún vínculo con la política venezolana. Han regresado de 25 o 28 años a ser ministros, escritores de libros, productores del gran pensamiento venezolano del siglo XIX. Y ahí sí hay intelectuales; nadie puede decir que Fermín Toro no lo era. O Cecilio Acosta. La lista es interminable. Los intelectuales no se forman por generación espontánea. México le debe ese desarrollo a la República española en el exilio. De allí sale un centenar, al menos, de valores que sientan a los mexicanos en el pupitre y les permiten revisar la realidad circundante.

□ Sebastián de la Nuez  
Periodista y profesor de la  
Universidad Católica Andrés Bello  
(UCAB)

**LIBROS**

# Asumir las dificultades como retos

La Universidad de los Andes presentó el libro "Periodismo científico y desarrollo. Una mirada desde América Latina", escrito por la profesora Argelia Ferrer Escalona, de la escuela de Comunicación Social de la Universidad de los Andes y en el que se realiza un recorrido por los principales aspectos que han marcado el desarrollo científico y tecnológico en América Latina en un contexto globalizado, donde la presencia de los medios de comunicación es preponderante.

Con base en el estudio de los principales problemas que afectan a la región en esos ámbitos, así como en el análisis de modelos y teorías de distintos autores, la autora propone un modelo de periodismo científico para el desarrollo, vinculando la práctica especializada con el uso de nuevas tecnologías para hacer llegar este conocimiento en una forma más efectiva y directa a la sociedad.

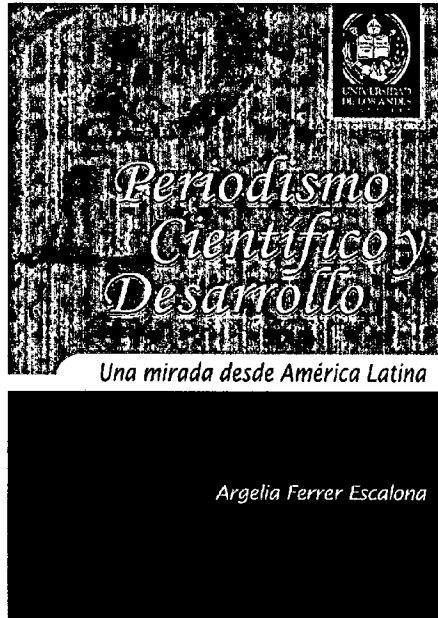
Ferrer aborda los aspectos que, a partir de su análisis, deberían ser tomados en cuenta en el desarrollo de esquemas de capacitación para periodistas científicos, explicando cómo sería un modelo de formación para estos profesionales, cómo se estructuraría el plan de estudios, con módulos y asignaturas que vinculan ciencia y tecnología con el ejercicio profesional.

A través de un recorrido histórico por momentos clave en el desarrollo de ciencia y tecnología, la autora plasma la necesidad de estrechar los lazos entre estos ámbitos y la comunicación, en un contexto donde no todos los países tienen las mismas condiciones de acceso a las nuevas tecnologías.

La publicación también refiere las carencias de las naciones subdesarrolladas en relación con las industrializadas, planteando la importancia de asumir las dificultades como un reto y dibujando el panorama actual, donde uno de los aspectos que marca la brecha entre unas y otras es la posibilidad o imposibilidad de acceder a la tecnología. Desde el interior de América Latina, también plantea la exclusión y diferencias propias, pues la división entre ciudad y campo presenta dificultades al desarrollo y profundiza problemas como el analfabetismo tecnológico.

Un esbozo de la historia de América Latina, los procesos de colonización y la dependencia que han marcado su devenir, permite entender cómo se ubica la región en el contexto global en sus aspectos económico, social y cultural, reflejándose sus principales dificultades en la promoción de actividades relacionadas con la ciencia y la tecnología.

A juicio de la autora, los modelos de desarrollo que traen esquemas de globalización



**PERIODISMO CIENTÍFICO  
Y DESARROLLO:  
UNA MIRADA DESDE AMÉRICA LATINA**  
ARGELIA FERRER ESCALONA  
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES.  
EDICIONES DEL RECTORADO  
MÉRIDA, VENEZUELA, 2003

han implicado, en muchos casos, pérdidas para los países en desarrollo y de allí la relevancia que da al aporte de lo tecnológico en su crecimiento. También inserta la importancia de las telecomunicaciones y de los medios de comunicación, en particular, como elementos integradores y facilitadores de esos procesos.

La publicación aborda desde distintos enfoques la palabra *desarrollo*, de acuerdo con los contextos —épocas y estadios— en los cuales se le ha dado uso, y cómo se han vinculado evolución-progreso y progreso-desarrollo, en situaciones muy específicas.

El papel de la democracia como modelo propuesto por el mundo occidental para alcanzar el desarrollo, también es analizado, pero Ferrer plantea que no siempre el sistema ha estado ligado al desarrollo y explica cómo los medios de comunicación pueden ser aliados u obstáculos en esa tarea, esbozando el impacto que han tenido desde su aparición y cómo se han vinculado en distintas épocas con el cambio social.

Desde ese punto de vista, propone la necesidad de que los medios de comunicación se conviertan en motores del desarrollo social, y explica la importancia que en distintas épocas se ha dado a éstos como elementos para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones.

El desarrollo alternativo y la comunicación participativa, también son abordados por Ferrer al explicar las potencialidades de los medios comunitarios en la difusión de temas referidos a ciencia y tecnología, pues, a su juicio, desde ellos la información puede llegar a las personas en forma directa, abriendo la posibilidad de tocar temas referidos a salud, educación y ambiente, entre otros.

La publicación plantea que el desarrollo social no se ha visto incrementado por la globalización y tampoco el desarrollo de la ciencia y la tecnología, pero ello podría ser asumido desde el espacio de la comunicación, pues la información colectiva es una herramienta para que los pueblos produzcan resultados de interés conjunto.

La autora confiere importancia a la vinculación entre la ciencia y otras ramas sociales y explica cómo la ciencia y la tecnología han logrado resolver problemas a la humanidad en diferentes contextos históricos, advirtiendo que en algunos casos, como el de América Latina, el alcance de este vínculo ha sido limitado.

El origen del periodismo científico moderno en América Latina es explicado, con sus potencialidades para contribuir con el desarrollo, y Ferrer elabora un esquema de periodismo científico, donde toma en cuenta los elementos tradicionales de la comunicación: emisor, receptor, canal, mensaje, y las funciones de la comunicación social, para luego cotejarlo con teorías propuestas por diversos autores.

Para ello parte de una base histórica que permite conocer en qué contextos particulares ha habido un marcado interés por el periodismo científico, explicando desde qué momento en América Latina empezó a darse importancia al área y cuál es la situación en la actualidad.

En la publicación se plantea qué retos deben ser superados en materia de periodismo para ciencia y tecnología con el fin de que estos temas tengan una presencia constante en los medios de comunicación, tomando en cuenta las especificidades de cada medio y de cada mensaje, así como la necesidad de la formación en el área.

**Yensi Rivero**

# Realizarnos como personas a través de las formas de contacto



Los estudios sobre la comunicación no verbal, un universo humano de no-linealidad, se han ampliado en los últimos años. Entre los estudios del tema reconocidos y ya tradicionales están los de A. Mehrabian, Castilla del Pino y los de D. Morris (recordamos en especial su clásica obra *El hombre al desnudo*), ahora

tenemos la aproximación al tema por este estudio catalán de la lingüística y la semiología de la Universidad de Barcelona, Sebastià Serrano. Su obra recrea y se centra en un ciclo de conferencias dadas para el personal médico de hospitales en el tratamiento de pacientes en estado terminal, de psiquiatría y geriatría; pero no por ello deja de ser interesante, entendible y accesible para cualquier público, como también poder estar presente para su consulta en cualquier oficina pública como en la ¿tranquilidad? del hogar.

El planteamiento de Serrano se centra en la necesidad de pensar el arte de gestionar la incertidumbre en los procesos de cambio y en ellos, los aspectos no-verbales de la comunicación vienen a ser fundamentales para el entramado de las relaciones humanas. La Incertidumbre porque a medida que ha crecido el acceso a la información, la cual si ha proporcionado una mayor independencia y conocimiento individual/social, junto a mayores grados de complejidad y organización, viene igualmente acompañada con su contrapartida, la imprevisibilidad, la dependencia, la entropía (entendida aquí como *desorden y enfriamiento de las comunicaciones*, es decir, una muerte comunicacional por exceso de la misma) y, por supuesto, un mayor porcentaje de incertidumbre ante nuestra situación global y local, grupal e individual.

Acompañada nuestra vida en todo momento por los avances en los procesos comunicacionales, nos encontramos con una sociedad totalmente dependiente de éstas. El grado de *interacción* que produzcan estará en razón al tipo de *contacto* que proporcionen entre los humanos y no sólo al intercambio entre dispositivos mecánicos-electrónicos digitales. Sólo a través de las formas de contacto con los otros nos realizamos como personas. Se requiere estudiar la gramática de las emociones y de los contactos del individuo.

La sociedad de la interacción nos ofrece dos capacidades que antes nunca tuvo el hombre. Una, la capacidad casi infinita de almacenamiento de conocimientos y eventos, de memoria del registro humano cultural y "natural". La otra, una percep-

## EL REGALO DE LA COMUNICACIÓN

SEBASTIÀ SERRANO

EDITORIAL ANAGRAMA, BARCELONA, 2004.

ción íntima y cercana de la globalidad gracias a los procesos técnico-electrónicos de las comunicaciones. Ello todo nos lleva a que ante el futuro debemos plantearnos gestionar la complejidad y la incertidumbre pues tras ello va la continuidad de una civilización, de las sociedades y un estilo de tiempo humano a prolongar y en dónde vivir.

En los temas que Serrano indaga está la mensajería de los olores y del tacto, el poderoso lenguaje de los ojos y de la mirada creativa, el casi imponderable efecto de los tonos de la voz, y sobre todo el arte más difícil de todos: el de escuchar al otro, sin dejar nuestra fascinación por los rostros y nuestros refinamientos emotivos, llegando a una feliz ecuación donde establece que desentrañar los secretos íntimos de la comunicación son, prácticamente, los secretos de cierto estado de felicidad.

La comunicación no-verbal es una herramienta estratégica en nuestra cotidianidad pero imprescindible en toda negociación: sus efectos son extraordinarios y disuasorios, se nos recomienda emplearlos tanto como se pueda, sobre todo aquel arte de la escucha sensible (R. Barbier): "la queja más universal consiste en decir: no me escuchas. Por eso es preciso crear y desplegar programas de escucha"; nada más y nada menos; somos sordos para los demás pero exigimos a los demás que no nos dejen de escuchar: es el puro egoísmo no comunicativo. Toda comunicación no sólo se reduce a transmitir información sino su importancia está en la relación que establece más que en aquella otra condición de la comunicación. La buena comunicación estriba en conseguir armonizar el flujo de información junto al fortalecimiento de la relación.

Entre otras de sus preocupaciones está la necesidad de escuchar los cuerpos de los demás ("hay que saber tocar, ya que entre la agresión y la caricia existe una variedad casi infinita de tactos", p.41). Y ello se establece en desarrollar un desprejuiciado acercamiento a ellos, sin el rigor de que los cuerpos son distantes y está prohibido tocarlos y aproximarse. La comunicación no-verbal del tacto y del gesto establece una de las emociones más vinculantes de acercamiento con los otros. Para él es un gran regalo que damos a los otros pero que no debemos prescindir de dárselo a nosotros mismos igualmente; "el hambre de tacto hoy domina nuestra sociedad en todos los ámbitos y todos los estados, especialmente entre la gente mayor y las personas enfermas" (p.43), advirtiendo que tengamos presente "que tocar puede ser una delicada alternativa al silencio". Recuerda su obra un proverbio africano: al amigo verdadero debemos mantenerlo con las dos manos: "necesitamos caricias, no pastillas" (p.47).

El comportamiento no-verbal lo constituye un

sistema de signos inveterado, extraordinariamente antiguo; tales *signos* son quizás los últimos también en abandonarnos al final de nuestras vidas. Y ellos forman parte del repertorio vivencial de toda persona que es capaz comunicarse bien, es decir, que sabe provocar actitudes positivas en los demás, que mantiene una perspectiva empática, de *filiación*; esta empatía nos muestra que sabemos escuchar bien no sólo con los oídos sino con todo el cuerpo, podemos hablar de una mensajería química y táctil que nos funciona asertivamente. La empatía representa la habilidad sensitiva de una persona para ver el mundo a través de la perspectiva del otro.

Respecto a la falsedad lingüística, la mentira, que consiste en esconder, disimular o falsear la información, siempre resulta difícil de detectar verbalmente. Sin embargo quien engaña, el mentiroso en su acto de falsear no puede dejar su correlato emotivo —un coste— que resulta difícil de neutralizar. Lo que descubrimos no son nunca mentiras sino las huellas, los indicios de las emociones: no detectamos mentiras, descubrimos las emociones que éstas desencadenan (p.98); el gran espectáculo de las emociones tiene al cuerpo como escenario. Hoy bien sabemos que la mentira es una práctica social sistemática. Las medias verdades es lo que encontramos en las relaciones interpersonales, sociales y políticas.

Para finalizar unos datos y una receta:

1.- En los procesos de comunicación sólo una tercera parte se transporta por medio del lenguaje verbal en el sentido de léxico y gramática. Una distribución del acto de la comunicación, según los trabajos de A. Mehrabian, quedaría así: respecto a lo referente al lenguaje en sentido estricto su aportación está en un 7%. El 93% restante se distribuye: 38% se realizaría por el tono de voz, la voz por sí sola ("el poder de la voz radica en los toques tan especiales que le confieren el cuerpo"); y un 55% a la comunicación no-verbal en sentido estricto: la expresión del rostro, la mirada, la sonrisa, los gestos, el tacto, concluyendo que la mayor parte de las cosas las negociamos de manera no-verbal (p.71s).

2.- La obra *El regalo de la comunicación* no le sobra nada respecto a contenido y claridad escritural y hace que nos quedemos con ganas de indagar y practicar las propuestas no-verbales de la comunicación que construyen nuestras vidas. Una ¿fácil? receta de culinaria no-verbal se nos da: "Pongamos en nuestros ojos y en nuestra mirada unas gotas de afecto y de ternura, de actitud positiva y de gusto por la vida, de creatividad y de gratitud, de humanidad", solamente... bátalo bien con dosis fuertes de atención y ¡buen provecho comunicativo corporal!, sin embargo, cuán difícil a veces resulta saborear ese regalo sensorial que tenemos tan a la mano y tan lejos.

David De los Reyes

# Gajes de mensajero

En varias ocasiones se ha señalado que el periodismo, y por extensión toda actividad relacionada con la producción informativa, lleva la marca indeleble del peligro. Incluso aquel tipo de práctica que recibe el nombre de farándula o prensa rosa, y cuyo insumo principal son los espectáculos, la moda y las siempre exóticas peripecias de los "famosos", acarrea también a costas el equipaje del riesgo. Y la razón principal de este atributo es el impredecible desenlace propio del oficio periodístico.

Una pauta que comienza siendo una cotidiana asignación de la diaria cobertura informativa, puede en un momento dado terminar con un inesperado suceso donde la vida de los profesionales de la comunicación quede expuesta a los ánimos exaltados. Como ejemplos están los convencionales actos políticos que concluyen en trifulca; o sucesos que después de presentar una dirección definida, cambian repentinamente de curso sin dejar tiempo para las explicaciones y desatando las furias de los afectados.

Todos estos panoramas posibles tienen un correlato legal; y es que siempre que se interrumpe o dificulta el trabajo de los periodistas, se está vulnerando unos de los Derechos Humanos fundamentales, estipulado y convenido tanto por los organismos internacionales como en las constituciones de prácticamente todas las naciones, el Derecho a la Libertad de Expresión e Información.

Además del riesgo inherente al cotidiano desempeño informativo, encontramos casos como el venezolano, donde se han acentuado los enfrentamientos y la polarización política, trayendo como consecuencia mayor riesgo en el oficio periodístico, pues es bien conocido que en las sociedades contemporáneas los medios de comunicación y sus tecnologías relacionadas atraviesan todas aristas de la vida social, convirtiéndose dichos medios en las modernas plazas públicas, donde discurren todos los sentidos políticos; o utilizando las palabras de los propios autores: "El conflicto político con expresiones violentas que atraviesa a la sociedad venezolana tiene repercusiones en el espacio de los medios de comunicación, que se constituye en reflejo catalizador de la confrontación".

Los periodistas e investigadores venezolanos Carlos Correa y Andrés Cañizález han dedicado buena parte de su trabajo profesional al estudio de las imbricaciones entre los Derechos Humanos y la comunicación; y con el apoyo de instituciones como la Konrad Adenauer, Espacio Público y el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS), han publicando en los últimos dos años un Informe sobre la Situación del Derecho a la Libertad de Expresión e Información en Venezuela.

**INFORME 2003. VENEZUELA:  
SITUACIÓN DEL DERECHO A LA LIBERTAD  
DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN**  
CARLOS CORREA / ANDRÉS CAÑIZÁLEZ  
KONRAD ADENAUER STIFTUNG;  
ESPACIO PÚBLICO;  
INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD (IPYS)  
CARACAS, ABRIL, 2004.

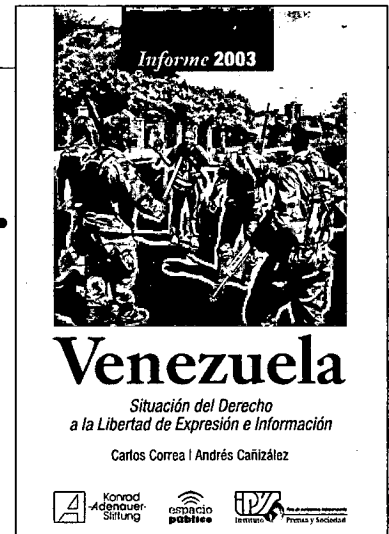
El informe correspondiente al 2003 nos muestra que el pasado año se registraron "110 casos de agresiones o actos en los que se limitó el ejercicio de la actividad periodística, a diferencia del año 2002 cuando se conoció de 142 casos, lo que representó un descenso de 22,54%. Para el período estudiado resultaron afectados un total de 99 trabajadores de los medios de comunicación. Además, hubo casos donde fueron perjudicados colectivamente grupos completos de reporteros. En relación con el número de comunicadores afectados, se observa un descenso de 35,71% con respecto al año 2002, en el que hubo un registro de 154 personas".

Resulta esperanzador que haya disminuido el número de afectados y de casos registrados, no obstante, conviene seguir llamando la atención sobre la materia, pues 99 personas siguen representando una cifra considerable. El pasado año, cuando reseñábamos el primer informe, correspondiente al 2002, ya advertíamos que lo más preocupante de la situación es que hablar hoy en día en Venezuela de agresión a periodistas se ha convertido en un lugar común, en otras palabras, una información que ya no causa tanto escándalo o sorpresa como en otros tiempos, justamente por su frecuencia y repetición. Se mantiene vigente entonces la necesidad de sensibilizar a las comunidades y las autoridades sobre este problema.

Al igual que en el primer informe, se estudiaron en esta nueva entrega las categorías de *Agresión, Ataque, Amenaza, Censura, Restricción Legal, Hostigamiento verbal, Intimidación y Hostigamiento judicial*. Además, se incluyó una nueva categoría denominada *Restricción administrativa*.

"La intimidación, el ataque y la agresión y la censura ocupan los tres primeros lugares, lo que implica que hubo un cambio en el patrón de mayor violación con respecto al año 2002, cuando la categoría agresión ocupó el primer lugar, seguida por la censura y la intimidación en tercer lugar".

El Informe también incluye la cronología pormenorizada, con el registro mes a mes y día a día de las violaciones al Derecho a la Libertad de Expresión e Información ocurridas durante el año 2003. Esta cronología comprende tanto las denuncias aparecidas en los diferentes medios de comunicación del país,



como las que fueron realizadas directamente en las sedes del IPYS en Venezuela.

Otro aporte relevante del presente trabajo son dos análisis incluidos en la publicación titulados "El paro y el derecho a la libertad de expresión e información. Los medios en el centro del paro", elaborado por Yensi Rivero, Luisa Torrealba y Andrés Cañizález, en el marco de una investigación del Centro de Derechos Humanos de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB); y por otra parte, "La libertad de expresión y el delito de vilipendio en la sentencia 1942 del TSJ", elaborado por Yubi Cisneros Mussa.

El primero de los análisis fija su mirada en la beligerante participación de los medios de comunicación, tanto privados como estatales, durante el paro convocado por la Coordinadora Democrática, junto a la patronal Fedecámaras, la Confederación de Trabajadores de Venezuela (CTV) y otras organizaciones opositoras al gobierno de Hugo Chávez, llevado a cabo entre diciembre de 2002 y febrero de 2003. El segundo análisis se centra en una sentencia del máximo ente judicial del país, que a todas luces reivindica los delitos de vilipendio, desacato y censura previa, presentando por tanto una doctrina contraria a la "desarrollada en el sistema interamericano de protección a los Derechos Humanos".

Finaliza el Informe 2003 con los pronunciamientos sobre Venezuela de importante organismos internacionales como la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA (CIDH), el Comité de Protección de Periodistas (CPJ), Reporteros sin Fronteras (RSF), la Federación Internacional de Periodistas (FIP), y el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS).

Se sabe que en otros tiempos, cuando los monarcas y tiranos escuchaban noticias que no les eran agradables, solían pagar sus disgustos con los mensajeros que trasmitían los informes, llegando incluso a ajusticiarlos. Los contemporáneos periodistas evidentemente son más que simples mensajeros, pues no sólo transmiten información, sino que la recaban y la procesan. No obstante, también les suele suceder a menudo lo mismo que a los antiguos mensajeros: pagan en carne propia los escozores de quienes temen a la divulgación de ciertas informaciones.

Iván Alonso

# REVISTAS

**QUÓRUM ACADÉMICO**  
 UNIVERSIDAD DEL ZULIA  
 FACULTAD DE HUMANIDADES  
 Y EDUCACIÓN. CENTRO DE INVESTIGACIÓN  
 DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN  
 VOLUMEN I, NO. 1 (2004)  
 MARACAIBO, VENEZUELA

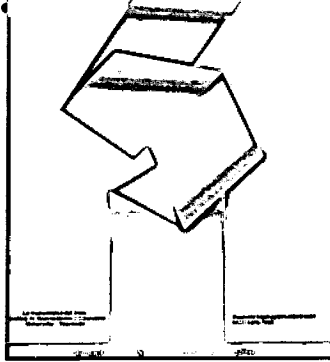
Siempre es motivo de celebración la aparición de una nueva publicación académica donde se aborden las investigaciones sobre comunicación. Por esa razón, aplaudimos la aparición de la nueva revista del Centro de Investigaciones de la Comunicación y la Información de la Universidad del Zulia, llamada *Quórum Académico*.

En esta primera edición se abordan diversos temas plasmados en artículos como "Del intercambio de mensajes a la producción de sentido: implicaciones de una perspectiva sociocultural en el estudio de la comunicación" de Raúl Fuentes Navarro; "Paradigmas comunicacionales que brotaron tempranamente en las Américas" de José Marques de Melo; "Apropiación, cultura y mediaciones" de Jesús Becerra; "Por una ética pública en el contexto del diálogo democrático" de Álvaro Márquez Fernández; "Medios, ciudadanía y esfera pública en la Venezuela de hoy" de Marcelino Bisbal; "El poder de los

# QUÓRUM

ACADÉMICO

Revista especializada en áreas de Comunicación y la Información



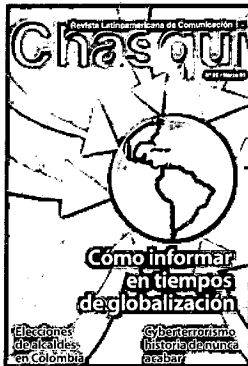
medios: Un recorrido a saltos por sus relaciones con el poder político" de Eleazar Díaz Rangel; y "Algunas consideraciones sobre la investigación de la comunicación en Venezuela en el Siglo XX: del modelo Lasswelliano a las nuevas tecnologías" de Yalaida Chacín de Jimeno y María Isabel Neüman de Segá.

*Quórum Académico* aparecerá dos veces al año hasta que se logre la consolidación total del proyecto. Las ediciones pueden ofrecer trabajos sobre los fenómenos de la comunicación y la información, demostrando su estrecha relación con el contexto socio-cultural y político que los define. Para algunas ediciones se organizarán convocatorias sobre temas monográficos.

**CHASQUI**  
 REVISTA LATINOAMERICANA  
 DE COMUNICACIÓN. CENTRO INTERNACIONAL  
 DE ESTUDIO SUPERIORES DE COMUNICACIÓN  
 PARA AMÉRICA LATINA (CIESPAL)  
 N° 85. MARZO, 2004  
 QUITO, ECUADOR

La presente edición de *Chasqui* se plantea una pregunta esencial ¿Cómo informar en tiempos de globalización? Esta duda parte de una particular situación, el periodismo y la comunicación son al mismo tiempo actividades transformadas radicalmente por la globalización, pero también son impulsores o catalizadores de este proceso global, ya que tanto el periodismo como la comunicación están imbricados en todas las esferas del humano devenir.

Acorde con la pregunta, se presentan artículos sobre los que han sido los grandes temas de las agendas de investigación en estos tiempos globalizados: Sociedad de la Información; Terrorismo y Cyberterrorismo; Monopolios; Seguridad; Ética periodística; Campañas electorales y Marketing político, entre otros. Resulta interesante el trabajo de Octavio Islas y Fernando Gutiérrez titulado "Sociedad de la Información ¿utopía o panóptico?", que recoge algunas de las conclusiones de la polémica Cumbre llevada a cabo en Ginebra el pasado diciembre. Afir-



man los autores: "La lectura optimista de la utopía *Sociedad de la Información*, efectivamente, nos permite concebir nuevas posibilidades de liberación que el mismísimo Herbert Marcuse hubiese reconocido y elogiado. En cambio, una lectura pesimista nos obligaría a reparar en los evidentes renglones de exclusión, así como en el perturbador despliegue de avanzados dispositivos panópticos, capaces de ejercer funciones de vigilancia y castigo al detalle (panoptismo digital)".

Otro trabajo de interesante lectura es "Nuevos alcaldes en Colombia: Los grandes medios fueron derrotados", donde Humberto López toma dos casos para explicar como en importantes ciudades como Bogotá o Cali no resultaron ganadores los candidatos apoyados por los grandes medios, sino los contrincantes con propuestas de corte popular o de izquierdas. En esta ocasión, las páginas de grandes periodistas están dedicadas al poeta uruguayo Mario Benedetti.

**CUADERNOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (CIC)**  
 UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
 DEPARTAMENTO DE PERIODISMO III  
 VOLUMEN 8, 2003  
 MADRID, ESPAÑA



En esta ocasión la publicación *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)* de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) dedica completamente su edición al estudio de las imbricaciones entre comunicación y negociación. Como afirma en la presentación Felicísimo Valbuena de la Fuente, director de *CIC* y Catedrático del Departamento de Periodismo III de la UCM, con el término "negociación" corre el mismo peligro que con los términos "comunicación" y "cultura", es decir, que caiga en el corrillo de las modas y clichés académicos, hasta el punto de ser usado indiscriminadamente, provocando dudas y confusiones.

Los artículos del presente número están divididos en 5 grandes áreas temáticas: La red terminológica de la negociación; pragmática de la negociación; variedades de negociación; el humor en las ciencias humanas; y aplicaciones. Especialmente interesante resulta el artículo "En torno a la confianza" de Jorge Lozano, perteneciente a la primera área, donde el autor aborda el término confianza en su relación con la negociación, acudiendo para ello a un nutrido grupo de fuentes filosóficas, literarias, sociológicas y de ciencias de la comunicación.

Otro trabajo de importante aporte es "Pragmática de la negociación" de Felicísimo Valbuena de la Fuente, donde el autor en un amplio estudio revisa las etapas y procesos de la negociación. En especial resulta interesante la explicación de las etapas, a saber, Objetivos de la Negociación; Estrategia; Búsqueda previa; Creatividad; Puntos de resistencia; Estudio de necesidades; Observación y ensayo; Escucha activa; Dominio de las preguntas; y Memorización. Este aporte puede verse aplicado en otro trabajo presente en esta edición, titulado "El proceso de negociación en 'Los viajes de Gulliver' de Jonathan Swift", donde la autora, Liliana Boggio, toma algunos fragmentos de este clásico de la literatura y explica las etapas de la negociación antes mencionadas a través de las circunstancias de los personajes.

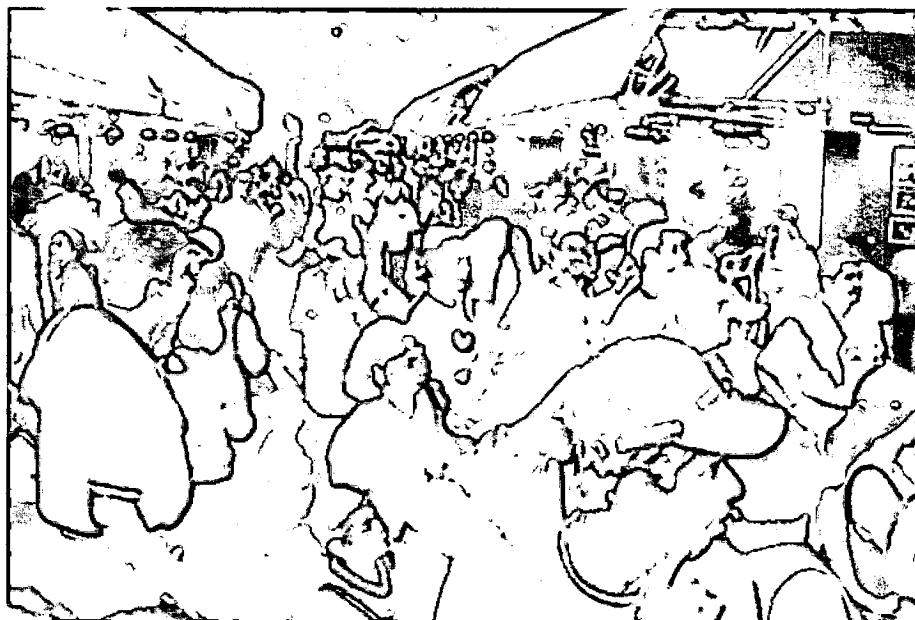
Conviene también revisar el artículo "Negociación internacional. La perspectiva trans-cultural" del especialista Glen Fisher, ya que representa, tanto el autor como el trabajo, un clásico de los estudios sobre negociación.



## *Fil Caracas 2004 enjugó las expectativas*

*Por primera vez una feria internacional del libro abrió sus puertas a los Pueblos Indígenas de América como Invitados de Honor.*

*La representación editorial y cultural de sus representantes fue trascendente e incluyó participantes de México, Guatemala, Perú, Ecuador, Bolivia, Colombia y Venezuela, además de la red de editores del Caribe (Capnet), Argentina, Cuba y Estados Unidos.*



La XI Feria Internacional del Libro de Caracas marca el intento de darle continuidad a la cita más importante del hecho editorial en nuestro país. Esta edición, convocada en homenaje a los Pueblos Indígenas de América y a los 30 años de la Biblioteca Ayacucho, fue calificada por los organizadores, como todo un éxito, pese a la lluvia y al entorno recesivo de la economía nacional.

La presidenta del CENAL dio a conocer, al cierre del evento, algunas cifras preliminares de la XI FIL Caracas 2004: el costo aproximado fue de 520 millones de bolívares (300 millones aportados por el CENAL y 170, por donaciones públicas y privadas); la asistencia de público se estimó en unas 300 mil personas, igual que la feria de 2003, explicable por la lluvia y, sin embargo, los visitantes compraron más: 20% de los visitantes (60.000 compradores) adquirieron en promedio dos libros cada uno, lo que a un precio promedio de 10.000 bolívares por ejemplar produce 1,2 millardos (US\$ 600.000) en ventas. El público que predominó estuvo compuesto por docentes, abogados, médicos y otros profesionales, estudiantes y personal secretarial, y 96% del público consultado calificó la feria de excelente o buena. El ni-

vel de ingresos promedio de los compradores se situó entre 250 mil y 1 millón de bolívares. El crecimiento de la Feria fue de 30% con respecto a la edición anterior; en este año participaron 128 expositores, contra 77 de 2003, que se ubicaron en 115 stands; los precios de los libros más vendidos oscilaron entre 2.000 y 25.000 bolívares; las ventas al mayor realizadas por editoriales extranjeras superaron los 100 millones de bolívares.

En las Rondas de Negocios se cerraron cuarenta acuerdos con la participación de 33 agentes del sector editorial, 19 venezolanos, 10 indígenas venezolanos y extranjeros y 12 agentes visitantes, y el monto de las negociaciones supera los 200 millones de bolívares; los participantes de Guatemala y México, por ejemplo, representaron a 19 y 23 editoriales de sus respectivos países; el Pabellón Infantil atendió a unos 12.000 niños en nueve días, realizó 132 talleres, ofreció 44 espectáculos y propició 22 encuentros de niños con autores; se repartieron 180 millones de bolívares en Bonos-libro, sin contar con los Cesta-libro que asignó el CONAC para los trabajadores de sus entes tutelados, canjeables en Monte Ávila y la Red de Librerías Kuai-Mare. Informalmente, los exposito-

res informaron que sus expectativas de venta fueron superadas ampliamente. La feria caraqueña se perfila como la ideal para pequeños y medianos editores que confrontan dificultades en otras ferias donde las grandes editoriales multinacionales captan la mayoría de los negocios.

Por primera vez una feria internacional del libro abrió sus puertas a los Pueblos Indígenas de América como Invitados de Honor. La representación editorial y cultural de sus representantes fue trascendente e incluyó participantes de México, Guatemala, Perú, Ecuador, Bolivia, Colombia y Venezuela, además de la red de editores del Caribe (Capnet), Argentina, Cuba y Estados Unidos. De importancia fue la Declaración de los Pueblos Indígenas de América en cuanto a ser incluidos como beneficiarios de la Política Integral del Estado para el Libro y la Lectura como autores, editores y distribuidores del libro; para comenzar contarán con catálogo propio y respaldo legal como autores.

La próxima edición de la FIL CARACAS, será en 2005 y si no hay cambios en su convocatoria, tendrá como invitados de honor a los pueblos afroamericanos de América.

**Carlos Delgado-Flores**

### **Fe de Erratas**

En el número anterior, 126, se coló un lamentable error en el perfil de nuestra estimada Olga Dragnic. En la página 70 dice *Burruciaga*, cuando se trata evidentemente de *Juan de Gurruciaga*.



## Relatoría e IIDH recopilan estándares interamericanos sobre libertad de expresión

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), y el Instituto Interamericano de Derechos Humanos (IIDH) anuncian el lanzamiento del libro Libertad de Expresión en las Américas. Los cinco primeros informes de la Relatoría para la Libertad de Expresión.

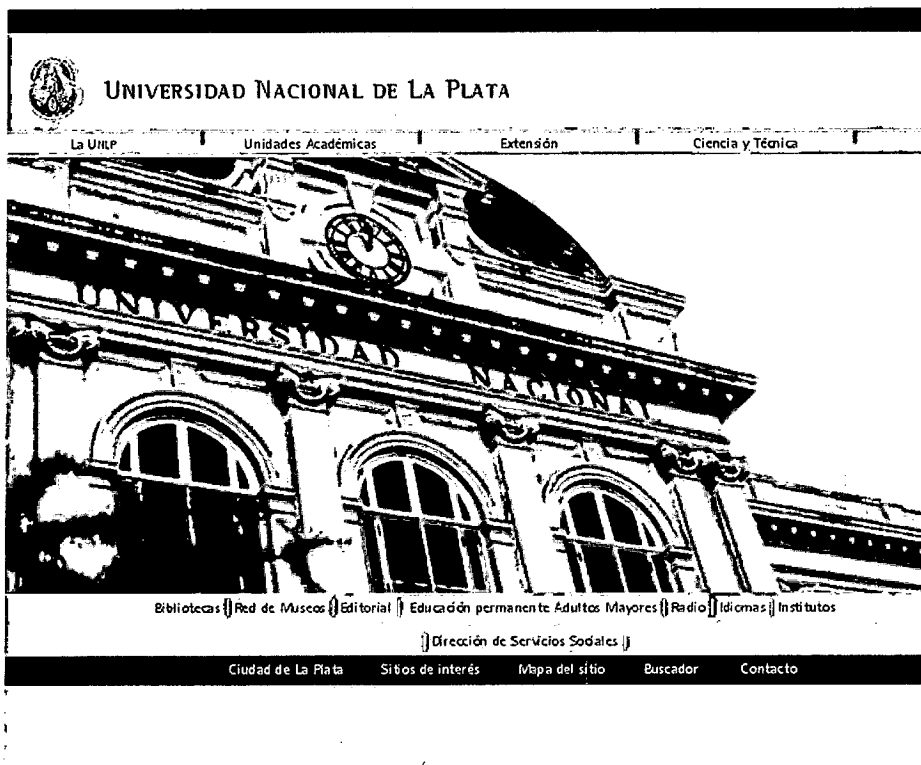
La publicación recoge los aportes teóricos que procuró la Relatoría en sus informes anuales como una contribución a los debates de ciertos temas relacionados con la protección y el respeto de la libertad de expresión. Estos aportes fueron elaborados a pedido de la CIDH y aprobados por ella. El informe contiene todos los desarrollos conceptuales desde el establecimiento, en 1998, de la Relatoría para la Libertad de Expresión.

Esta publicación quiere servir para la guía y consulta a las organizaciones de la sociedad civil, a los trabajadores de los medios de comunicación, académicos, funcionarios públicos y cualquier particular interesado en estos temas.

La recopilación incluye una explicación de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la CIDH, toca temas sobre legislación relacionada con la libertad de expresión, menciona aspectos sobre acceso a la información, autorregulación ética de los medios de comunicación, terrorismo y libertad de expresión, entre otros.

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, con sede en Washington, D.C., Estados Unidos, es una oficina permanente con independencia funcional y presupuesto propio creada para operar dentro del marco jurídico de la CIDH de la Organización de Estados Americanos para promover la observancia y defensa de la libertad de expresión en el hemisferio.

El Instituto Interamericano de Derechos Humanos, cuya sede se encuentra en San José, Costa Rica, es una institución internacional autónoma de carácter académico, creada en 1980 en virtud de un convenio suscrito entre la Corte Interamericana de Derechos Humanos y la República de Costa Rica, cuya misión es promover y fortalecer el respeto de los derechos humanos consagrados en la Convención Americana sobre Derechos Humanos.



## Setenta años de Comunicación y Periodismo en una semana de balances

La Universidad Nacional de la Plata (UNLP) será del 11 al 16 de Octubre la sede del congreso "70 años de Periodismo y Comunicación en América Latina". Este evento cuenta con el triple honor de ser a la vez el VIII Congreso Iberoamericano de Comunicación, el VII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación y el VI Congreso de la Red de Carreras de Comunicación y Periodismo de la Argentina.

El evento será realizado en el Campus de la UNLP y su organización y ejecución serán llevadas a cabo gracias a un trabajo en conjunto de la UNLP, la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, y la Gobernación de la Provincia de Buenos Aires. El desarrollo de este triple congreso girará en torno al tema "70 años de Comunicación y Periodismo en América Latina: balance, corrientes y perspectivas". Y Enmarcados en este tema central también serán tratados puntos referentes a la enseñanza y la investigación comunicacional y periodística y el papel que esta juega en la preservación de las identidades nacio-

nales bajo el panorama de la globalización mediática. De la misma manera se analizarán las simbiosis y rupturas entre la enseñanza y la investigación así como también el papel de las universidades en la formación de los profesionales y la producción de investigación generada en los cursos de Comunicación y Periodismo.

El congreso contará con veintinueve grupos de trabajo cuyos tópicos tocarán puntos tan diversos como "Comunicación, Tecnología y Desarrollo" y "Folkcomunicación" pasando por "Internet y Sociedad de la Información" hasta "Estudios sobre Periodismo". Todo esto será promocionado por el ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) el ASIBERCOM (Asociación Iberoamericana de Comunicación) y el REDCOM (Red de las Carreras de Comunicación y Periodismo de la Argentina). Más información sobre el evento puede ser consultada en el sitio web:

<http://www.eca.usp.br/alaic/>

Frank Calviño

# Venezuela informal

**D**ime cómo trabajas, y te diré quiénes eres. Según el Instituto Nacional de Estadística, celebran este 1º de Mayo 25.625.384 venezolanos, de los cuales 17.285.364 integran la fuerza de trabajo, y 12.000.717 están activos, con un total de 9.993.806 ocupados, o sea, un 83,2%. Revela el Banco Central que el 52% de éstos laboran en el sector informal, en “sociedades no constituidas”.

Vale decir, chambean por su cuenta o en organizaciones que no pagan impuestos ni cumplen con el Derecho del Trabajo. Este sector informal, añade nuestro instituto emisor, crea el 14,9% del Producto Interno Bruto.

No es ninguna menudencia si se lo compara con el 18,7% del rico sector petrolero, y menos si se lo contrasta con el flaco 1,7% del sector manufacturero, el 3,2% del sector comercial, el 2,1% del sector transporte y el confuso 7,9% que se agrupa como “Varios”. Por eso Fedecámaras no pudo tumbar al gobierno. El escuálido aporte de 7% realizado por industrias, comercios y transportes agrupados en el gremio patronal nada significa frente a la suma del 18,7% del sector petrolero controlado por el gobierno y el 14,9% creado por informales que en su mayoría lo apoyan, totalizando un poderoso aporte de 33,6% a nuestro Producto Interno Bruto.

## TRABAJO INFORMAL

A tal economía, tales relaciones de producción. El sector informal no es distinto del formal:

Es el subterfugio de éste para cumplir fases decisivas de su gestión incumpliendo la legislación laboral. Sin la obrera que cose camisas en su rancho no funciona la textilera, sin el talabartero que clavetea tacones en su taller no marcha la zapatería, sin el buhonero que vende pacotilla china no acumula utilidades la gran importadora.



■ Luis Britto García



“

La Conferencia Episcopal escucha  
requiem y sermonea sobre  
la teología del billete mientras  
la feligresía le pone coronas  
a María Lionza y celebra con  
Alí Primera.

”

Ninguno tiene estabilidad laboral, sueldo fijo, horario límite, pago por horas extras, vacaciones, utilidades, prestaciones, seguridad social ni indemnización por accidentes. El único límite de su jornada es el agotamiento; su única remuneración el pago a destajo.

Para más de la mitad de los trabajadores ya rige la “flexibilización laboral” con pago por hora y pérdida de derechos propuesta por Fedecámaras y Primero Justicia a la Asamblea Nacional en agosto de 2000.

#### ESTADO INFORMAL

A tal sociedad, tal Estado. El nuestro proporciona empleo a más de millón y medio de personas, sin que éstas cumplan las funciones que formalmente les asignan leyes, programas, planes de desarrollo. Para cumplirlas, el Estado se informaliza mediante las Misiones: Robinsón y Ribas para analfabetos y bachilleres que no atiende el Ministerio de Educación; Barrio Adentro para pobres que no cura el Ministerio de Sanidad y Asistencia Social, y así sucesivamente.

El Estado se escinde en uno formal que no funciona, y otro informal que más o menos cumple, pero que a su vez se informaliza tratando a sus colaboradores como informales a los cuales no reconoce prestaciones, estabilidad ni derechos, sino pago a destajo por hora trabajada y en muchos casos exige sacrificios no remunerados.

#### JUSTICIA INFORMAL

A tal Estado, tal sistema de justicia, o mejor dicho, de injusticia. Los venezolanos no esperamos nada de un Código Orgánico Procesal Penal fotocopiado de leyes estadounidenses para derogar la Ley de Salvaguarda del Patrimonio Público: un Código que garantiza imparcialmente la impunidad de corruptos y hampones. A la in-

justicia formal que subasta sentencias corresponde una justicia informal que lincha violadores, ajusta cuentas y injusticia a irrecuperables. La primera se acata pero no se cumple; la segunda se cumple aunque nadie la acate.

#### EDUCACIÓN INFORMAL

Justicia informal, educación informalizada. ¿Para qué sirven la mayoría de los conocimientos que imparte nuestro sistema educativo formal en el mercado de trabajo y en la informalidad?

Conteste el desempleo profesional que arrastra a cierta clase media en negativo a marchar junto con sus enemigos sindicales y patronales que les robaron prestaciones y ahorros. La Universidad de la Vida, cuyo rector honorario es don Luis Piñe-rúa, imparte títulos de biólogo con master de visitador médico y diplomas de ingeniero con doctorado de taxista.

#### ARQUITECTURA INFORMAL

Enseñan en las facultades de Arquitectura la divina proporción de Vitruvio, el Modulor de Le Corbusier y las paredes de espejos de Mies van der Rohe, pero como el sector formal no construye, terminan los arquitectos rigiendo tarantines de quino y negocios de fumigación.

Propuso Federico Vegas que Caracas, junto con Brasilia, quedara como ciudad museo de la modernidad. Acabó en cambio como baratillo de las precariedades de la arquitectura desechable que urbaniza barrancos con tabelones empata-dos en

cabilla y erige chiveras coronadas con alambre de púas. Por más Frank Lloyd Wright que quede el edificio, le sale ranchería en la azotea y buchec de paloma en las ventanas.

Por más Villanueva que empiece la Ciudad Universitaria, termina condenada a cuchitril en Plaza del Rectorado y a mabil de televisores aullantes en la mera Plaza Cubierta del Aula Magna. Donde uno vive no puede ser muy diferente de cómo uno vive.

#### CULTURA INFORMAL

¿Y lo que se vive, puede ser diferente de lo que se piensa? En los programas de la Escuela de Letras de la Central, de 60 materias, sólo cuatro incluían autores venezolanos. Así sale con pujos de Julia Kristeva el candidato a Mallarmé que termina facturando telenovelas como churros, y el pichón de Saussure muere como asesor de imagen o sea palangrista tarifado.

Roland Barthes no sube cerro ni Maurice Blanchot brinca barranco, pero hemos visto más de un exquisito pontificando sobre fenomenología después de llorar con Cristal.

La Conferencia Episcopal escucha requiem y sermonea sobre la teología del billete mientras la feligresía le pone coronas a María Lionza y celebra con Alí Primera. Venezuela está informalizada, y aquél que la desinformalizare gran desinformalizador será llamado. O formalizamos lo informal, o informalizamos lo formal. Informal: asume tu barranco

#### ■ Luis Britto García Escritor

**Nota de Redacción:** El presente artículo apareció publicado en el diario *Últimas Noticias*. Por su interés lo reproducimos en *Comunicación*, con autorización de su autor.

# Porque parece video la Verdad no escandaliza



■ Ibsen Martínez

## I

En 1956, Charles P. Ginsburg y Ray Dolby desarrollaron el primer ingenio grabador de video verdaderamente práctico.

Ya en 1951, la memoria auxiliar del primer computador de uso comercial, el Univac I, utilizaba cinta magnética en su unidad de almacén de datos. Pero fue la patente de Ginsburg y Dolby la que revolucionó la televisión contemporánea e introdujo en el lenguaje cotidiano la distinción implícita que hacemos cada vez que decimos “en vivo”.

Casi con la única excepción de los programas deportivos y alguna que otra transmisión remota, las redes comerciales pudieron adaptar el horario de transmisión de los programas más rentables al ocio de los hogares receptores. A fines de los años sesenta, un imaginativo productor de programas deportivos, Roone Arledge, indujo el desarrollo del replay instantáneo que añadió tal valor de discernimiento a la transmisión “en vivo” que puso al aficionado en el dilema dominical de ver el partido desde el sofá o ir al estadium.

La aparición de la unidad casera reproductora de video, conectable a una cámara digital portátil, hizo posible el advenimiento del subgénero llamado “videoescándalo”, motivo de esta bagatela.

Considérese ahora la siguiente afirmación de Umberto Eco: “La televisión es genealógica y carece de memoria”. Genealógica, porque toda nueva invención suya produce imitaciones en cadena; desmemoriada, porque una vez producida la cadena de imitaciones nadie puede recordar quién la empezó y, así, el espécimen fundador de la estirpe llega a confundirse con sus descendientes.

La proposición no habría sorprendido a Lucille Ball y Desi Arnaz, auténticos esposos Curie de la comedia de situaciones conyugales y hogareñas, fórmula que no ha cesado de propagarse y de mutar, de un modo decididamente viral, desde 1947.

Pensando en todo ello, quizá no sea arbitrario aventurar que el programa de *candid camera*, si no es el ancestro inmediato, es al menos pariente consanguíneo de lo que la primera plana llama “videoescándalo”.

La rutina de cámara escondida, tan favorecida por los canales comerciales, se apoya en un reflejo infuso en todo ser humano: atesorar imágenes de gente que pisa una cáscara de plátano, resbala y cae al piso. O que, inadvertida, se acerca demasiado al corral de las avestruces en el zoológico. La candid camera es el grado cero de la risa, si entendí bien a Bergson.

Y comparte con la telenovela —otro producto de baja tecnología que es un bien no transable producido en el tercer mundo para el primero y el cuarto— el atributo de ser un discurso “de invariable invención”, algo que el público no dejará de atender sólo porque conozca de antemano el desenlace. Tengo para mí que la clave para una genética del videoescándalo podría estar en la demanda creciente de piezas de acusación contra la política y los políticos profesionales, y acaso más que contra ellos, contra lo político.

Un predicado “de izquierda” sobre este fenómeno, que yo mismo he suscrito en más de una ocasión, denuncia la vocación neoliberal de desacreditar la idea del Estado y a sus oficiantes más conspicuos — los políticos —, al exhibir de estos últimos sus vicios privados, banalizar sus motivos más genuinos y sus propuestas más creativas e infundirle un parvo misticismo moral a todo tratamiento de la noticia política. “Mira lo que hacen, no escuches lo que dicen” es la máxima de los medios que inmisericordemente cascan al político para mostrar que su nuez está podrida.

Tan juicioso modelo de interpretación se complica cuando es la izquierda la que practica sin melindres lo mismo que denuncia. Esto último no resulta difícil pues son justamente de izquierdas los tropos ilustrados que exaltan al periodista como mejorador social, como fiscal y juez subrogado del poder judicial corrupto. Y al video como prueba reina.

Prevalecen dos tipos —creo yo— de videoescándalo. Uno se mimetiza con el reportaje de denuncia y para ello finge ceñirse a sus leyes de composición. En procura de un tono verista, documental, se apropia deliberada y mendazmente de los tics del reportaje de urgencia: la imperfec-

ción del encuadre, el temblequeo de la *hand-held camera*, el empleo profuso del video amateur a modo de injerto testimonial, el relato en *voice over* de la entrevista difícil de lograr por un equipo de prensa siempre hostilizado por el gobierno, o el sindicato corrupto, o la petrolera delincuente ambiental. También el aire suspiroz y escaldado del perseguido, del agraviado, del denunciante en peligro de muerte que habla a cámara detrás del filtro posproducido que vela su rostro. La nómina mundial de falsos denunciantes a destajo, de agonistas y corifeos de videoescándalo, es ya considerable.

Otra fórmula es la consagrada por el destacado productor de televisión peruano Vladimiro Montesinos. De escasa resolución en la imagen y audio casi nulo, la velocidad ascensional del revuelo que causa se debe, quizá, a que no se distrae con cálculos miméticos y prefiere el tiro directo: en él no hay relato sino pura “mostración” del soborno, una abrumadora gesticulación de la mordida y un talante tan “expresionista” que los subtítulos resultan superfluos.

Los videoescándalos mexicanos de reciente difusión dan otra vuelta a la tuerca expresionista de la “fórmula Montesinos” al mostrar, no sólo al político corrupto (nada menos que el jefe de Finanzas del izquierdista alcalde de Ciudad de México, López Obrador) embutiendo en los bolsillos de su chaqueta los fajos de billetes que no caben ya en su maletín, sino al ilustrar también el minucioso disfrute de esos dólares en un casino de Las Vegas.

## 2

**Escándalo.**

Del lat. *scandalum* 1. m. Acción o palabra que es causa de que uno obre mal o piense mal de otro.

2. [m.] Alboroto, tumulto, ruido.
3. [m.] Desenfreno, desvergüenza, mal ejemplo.
4. [m.] fig. Asombro, pasmo, admiración.
5. [m.] fig. V. piedra de, o del, escándalo.

**Activo:**

1. Dicho o hecho reprobable que es ocasión de daño y ruina espiritual del prójimo.

**Farisaico:**

El que se recibe o se aparenta recibir sin causa, mirando como reprobable lo que no lo es.

**Pasivo:**

Ruina espiritual o pecado en que cae el prójimo por ocasión del dicho o hecho de otro. (DRAE)

**3**

Ante el desenmascaramiento audiovisual del sacerdote venerable como lavandero de capitales ilícitos —digamos— o del carismático activista de ONG como colector de peajes ¿es realmente “ruina espiritual” lo que sentimos?

Si se la compara con todo lo que sus productores esperan del videoescándalo, resulta llamativa la insuficiencia del mismo para infundir aborrecimiento o volcar dramáticamente las intenciones electorales de una población.

La reacción más frecuente, en esa parte del público al que no está dirigido, es acordarle al videoescándalo apenas el valor de haber corroborado algo que no requería ser tan bien averiguado porque la malandanza que nos muestra se sospechaba desde siempre y es cosa implícita en la conocida perfidia del adversario.

Los del bando agraviado —los creyentes— despachan, en cambio, al videoescándalo como una especie de proyección mesmérica, sin duda admirable en su diabólica verosimilitud, pero absolutamente indigna de crédito. El Diablo, advierte la doctrina vaticana sobre los milagros, puede también obrar prodigios, precisamente para mejor inducirnos al error de juicio y apartarnos de la buena senda. Si hay algo de humano en el Quijote es esa propensión a recusar la realidad cuando mortifica las creencias: el video incriminador e irrefutable no puede ser sino embaucador embeleco; hechicería no más.

Así, para muchos posibles electores de López Obrador, en México (si el alcalde llegase a ser candidato a la presidencia de su país), o para el fervoroso seguidor de Hugo Chávez, en Venezuela, el videoescándalo es sólo una esperable alucinación dirigida por el PRI, por la gente de Fox, por la teleoligarquía venezolana o el imperialismo yanqui, fecundos todos en electrónicos ardidés.

Quien en 1969 pudo ver la transmisión remota del alunizaje de Armstrong y Algren supo también del universal escepticismo de millones de insospechados tolemaicos como había en nuestra América. Gente que, si bien no mezquinaba brillantez al espectáculo ofrecido por la NASA, tampoco creía ni un ápice de lo que había visto con sus propios ojos: “¡Estos gringos!, ¡El hombre en la Luna!, a mí no me vacilan, a otro perro con ese hueso”, etcétera: la tecnología derrotada por la sacralización de la *tekné*, discurso este último en cuya elaboración, y ciertamente por defecto, descollamos desde 1810 los latinoamericanos.

Esa sacralización de lo tecnológico, tan para la conciencia latinoamericana, funda el argumento defensivo que, con previsible regularidad, esgrimen quienes se ven de pronto convertidos en estrellas del videoescándalo: “como se sabe, la tecnología actual permite maliciosos montajes, de increíble verosimilitud, que no son veraces y sólo buscan confundir al público”.

Y muchos imputados por los recientes videoescándalos mexicanos alardean de cinéfilos e invariablemente invocan en su defensa la feble premisa argumental de una comedia de Barry Levinson, (*Wag the dog*, 1997), en la que Dustin Hoffman “produce” una guerra a la medida electoral del cliente de Robert De Niro: un presidente de Estados Unidos en trance de reelección.

Con todo, luce ya difícil que alguien nos diga que los videos de la cárcel bagdalí han salido de la consola de edición de Osama Bin Laden para dañar el esfuerzo democratizador angloamericano en Irak.

**4**

El 11 de abril de 2002 tuvo lugar en Caracas una descomunal marcha de protesta que solicitaba la renuncia del presidente Hugo Chávez. Mientras la impresionante manifestación se acercaba al palacio presidencial de Miraflores, Chávez dirigió al país una farragosa alocución televisada. Para ello, obligó a todas las estaciones televisoras comerciales a encadenar sus señales a la del gobierno. La oposición venezolana insiste desde entonces en que aquella alocución buscaba encubrir premeditadamente a los francotiradores que, por orden de Chávez, masacrarían a los manifestantes.

El “chavismo”, a su vez, reclama parte de las muertes de aquella sangrienta jornada y habla de francotiradores apostados desde temprano por “la oligarquía” para

causar una matanza y justificar así un golpe militar.

Un fragmento de video que no llega al centenar de pies, captado por un equipo de prensa venezolano, muestra inequívocamente a varios pistoleros, miembros de los llamados “círculos bolivarianos”, apostados sobre el puente de Llaguno, próximo al palacio presidencial en el centro de la ciudad, mientras disparan sus pistolas hacia un blanco obviamente móvil —abajo y lejos— que el emplazamiento fijo de la cámara no permite ver.

El video permite, eso sí, reconocer sin equívoco a los pistoleros. Son policías de paisano de una alcaldía metropolitana (en México la llamarían “delegación”) controlada por Chávez. Alguno de ellos es un célebre guerrillero urbano —célebre por errático y gatillo alegre, me apresuro a decir— muy activo durante la fracasada insurgencia filocastrista de los años 60. Los pistoleros descargan sus automáticas y se ponen a cubierto, como si su fuego estuviese siendo respondido. Los mirones que los rodean también se lanzan al suelo para guarecerse ¿de un fuego de respuesta?

La difusión del video por la televisión privada venezolana, días después de que Chávez se viese restituido en el cargo al que había renunciado las pocas horas en que se vio cautivo de militares alzados, produjo la conmoción propia de un sorpresivo testigo de cargo. Los que tiraban del gatillo eran hombres del gobierno y, además, se reían irónicamente. Pero la indignación opositora dio paso al desconcierto cuando Chávez comentó el mismo trozo de video, poco tiempo más tarde, en su dominical show de televisión.

La escena parodiaba involuntariamente a la “conferencia sobre la bala mágica” que Kevin Costner dicta ante un jurado en el “JFK” de Oliver Stone. Chávez dispuso a la teleaudiencia una cantiflera disertación de balística y planimetría forenses, deteniendo y rebobinando la cinta cada tanto para concluir en que las víctimas del 11 de abril habían sido más bien los pistoleros. Disparaban sus armas, cómo no, explicaba Chávez, pero lo hacían por devolver los disparos de la policía de otra alcaldía metropolitana, desafecta al gobierno.

Aquel trozo de videotape, convenientemente aderezado en el departamento de posproducción del cana 4 de Caracas, obtuvo para el periodista venezolano Luis Alfonso Fernández el premio de periodismo “Rey de España 2003” al mejor reportaje de televisión. Recíprocamente, los productores del telefilme irlandés *The revolution will not be televised*, Kim Bartley

y Donnacha O'Brian, han cosechado una veintena de premios y distinciones usando *exactamente* el mismo pietaje para sustentar el alegato diametralmente opuesto al del documental de Fernández.

Según el documental irlandés, los pistoleros son gente del común, pueblo llano simpaticante del gobierno que ha salido a la calle aquel día y se ha visto obligado a repeler la inopinada agresión de los oligarcas fascistas.

La página editada por sus productores (www.chavezthefilm.com), afirma que el telefilme documenta "el primer golpe de Estado estrictamente mediático producido en el mundo". Aluden con ello al papel decisivo que en aquellas jornadas jugó la televisión privada al llamar desembarazadamente al desconocimiento del gobierno y al golpe militar.

La profesional desenvoltura con que los pistoleros hacen uso de sus armas se explica, según la locución irlandesa, porque "es costumbre en Venezuela que todos los adultos mayores de 18 años anden armados". Al televidente europeo que pudo ver el programa en BBC, ARTS, NPS o ZDF, predispuerto a los exotismos del tercer mundo y acostumbrados a ver en su receptor infinidad de civiles afganos, palestinos, indonesios e iraquíes armados hasta los dientes, esta superchería no debe haberle causado suspicacia alguna. Tampoco extrañó a los jurados que en Málaga, Chicago, Ámsterdam o Milán han querido premiar a la "originalidad y valentía" de *The revolution will not be televised*.

La probidad de ambas piezas ha sido recusada con suficiente contundencia como para que en un espíritu independiente las desestime por igual: el 2004, el periodista premiado, admitió ante un tribunal penal venezolano que el audio de su pietaje fue sometido a elaboradas e insidiosas intervenciones en la sala de edición del cana 4, cuyo propietario es el empresario Gustavo Cisneros, enemigo jurado de Chávez. Llegado el momento, esa misma corte absolvería a los pistoleros del puente de Llaguno con un tortuoso en gran medida veredicto fundado en la retractación del periodista.

De otra parte, una circunstanciada comunicación que cineastas, periodistas y trabajadores de la televisión venezolana hicieron a los directivos de un festival internacional de cine promovido en Vancouver por *Amnistía Internacional*, logró, todavía en 2003, poner de bulto, y de manera muy fehaciente, la calculada malicia de no menos de 20 relevantes inexactitudes y otras tantas inexcusables omisiones. Sufi-

66

**Aquel trozo de videotape, convenientemente aderezado en el departamento de posproducción del cana 4 de Caracas, obtuvo para el periodista venezolano Luis Alfonso Fernández el premio de periodismo "Rey de España 2003" al mejor reportaje de televisión. Recíprocamente, los productores del telefilme irlandés *The revolution will not be televised*, Kim Bartley y Donnacha O'Brian, han cosechado una veintena de premios y distinciones usando exactamente el mismo pietaje**

99

cientes todas para que el telefilme irlandés fuese retirado del concurso.

Difícilmente podría hallarse hoy un venezolano que no haya estado expuesto a las aspavorosas especulaciones de ambos "documentales". Y aún sin pensar que las encuestas electorales sean correlato estadístico de la reacción del público a lo que discurre en los dos videos, resulta llamativo que las respectivas intenciones de voto, tanto por Chávez como por un hipotético candidato único de la oposición, permanezcan relativamente incólumes en las encuestas desde abril de 2002.

5

¿Implica lo dicho que al video le está vedado, en lo esencial, ser eficaz ocasión "de daño y ruina espiritual del prójimo"? No lo creo así del todo y, al respecto, recuerdo un caso, ocurrido en Colombia, en noviembre de 1985.

Al fundirse el casquete helado del volcán Nevado de Ruiz, la población de Armero fue arrasada por una descomunal inundación antes de ser sepultada bajo una

catastrófica avalancha de lodo y cenizas volcánicas. Las dos terceras partes de su población de más de 22.000 habitantes murieron en aquel desastre natural.

Omaira Sánchez, una niña de 13 años, permaneció más de 60 horas atrapada en el lodo, con el agua al cuello y las piernas trabadas por el cadáver de su abuela ahogada. Varios equipos de la televisión mundial permanecieron a su lado todo el tiempo que duró la espera por un rescate que jamás llegó. Mientras tanto, so pretexto de ayudar a mantenerla despierta, los periodistas entrevistaban a Omaira, le preguntaban una y otra vez qué edad tenía, qué había sido de sus padres y hermanitos, en cuál escuela estudiaba, dónde la había sorprendido el deslave. A cada rato querían saber cómo se sentía y cuáles eran sus ídolos del cine y la canción popular, qué pensaba de su abuelita muerta mientras pugnaba por mantener a flote a su nieta, si creía en Dios, qué haría cuando lograra salir de allí, qué mensaje le gustaría mandar a las autoridades colombianas y a los demás niños del mundo.

El agotamiento y la hipotermia fueron consumiendo las fuerzas con las que se mantenía a flote, aferrada a una viga de madera, y al subir repentinamente el nivel de las aguas, Omaira Sánchez se sumergió para siempre. La penúltima imagen del video que dio la vuelta al mundo es la de sus ojos, turbios ya de agonía. Después, todo es llover sobre agua sucia.

Un televidente señaló por entonces en un artículo de prensa que para transmitir aquellas 60 horas de indecible sufrimiento físico y moral fueron precisas una tecnología satelital de punta y, sobre todo, poderosas fuentes portátiles de energía eléctrica que alimentaban cámaras, luces y micrófonos direccionales.

Ningún equipo de televisión presente en el sitio —denunciaba, conturbado— tuvo la idea de conectar una maldita bomba de achique a su compresor.

He ahí el escándalo.

□ **Ibsen Martínez**  
Escritor y articulista del diario  
*El Nacional*

**Nota de Redacción:** El presente trabajo apareció parcialmente publicado en el diario *El Nacional*. Con autorización del autor, publicamos en *Comunicación* esta versión ampliada.



EL QUETECONTÉ TIENE  
AHORA 2 HERMANOS:  
ADÁN Y EVO



## Zapata en tiempo presente. Juan Carlos Palenzuela

Desde 1965 Zapata acompaña a Venezuela con una caricatura diaria. Ese simple dato ya revela que su obra gráfica y humorística es enorme. Pedro León Zapata, todos lo sabemos, es el caricaturista del diario *El Nacional*.

Pero Zapata es más que un caricaturista y su personalidad se desenvuelve igualmente como pintor, conferencista, profesor universitario, hombre de teatro -como actor, escenógrafo, diseñador de vestuario-, locutor, animador cultural y político. Zapata es una de las personalidades públicas más resaltantes del país. Seguramente su faceta como caricaturista, mejor diremos, humorista, sea la de mayor prestigio, y en este género específico, desde un primer momento, su obra establece una diferencia, un carácter, una autoría, que desborda los límites convencionales del tradicional humorismo gráfico.

Para Zapata la caricatura ya no será únicamente una cuestión técnica y temática, ni siquiera un estilo, sino que se plantea como un acontecimiento conceptual y de finísima comunicación con la sociedad venezolana.

Los "Zapatazos" (título de su espacio cotidiano en *El Nacional*), condensan e interpretan, sistemáticamente, las distintas etapas de la vida política venezolana.

Son inseparables los variados y trascendentales acontecimientos políticos del país, de la opinión que de los mismos tuvo Zapata. El oropel del poder, el ridículo transitorio de los "grandes" personajes, las situaciones absurdas que castigaron

a la sociedad en un momento dado, fueron puestos en evidencia por Zapata. Esa constante actitud suya conlleva conciencia política, cultura y coraje. No se en cuál orden. Cultura para entender el devenir político y denuedo para enfrentar la chatura del poder.

Son muchísimos los ejemplos que podrían traerse a colación. Apenas recordaré uno de reciente data. En el año 2000 dibujó un sable de academia militar con este texto: "A mi / la / sociedad / civil / me / gusta / firma / y a / discre / ción".

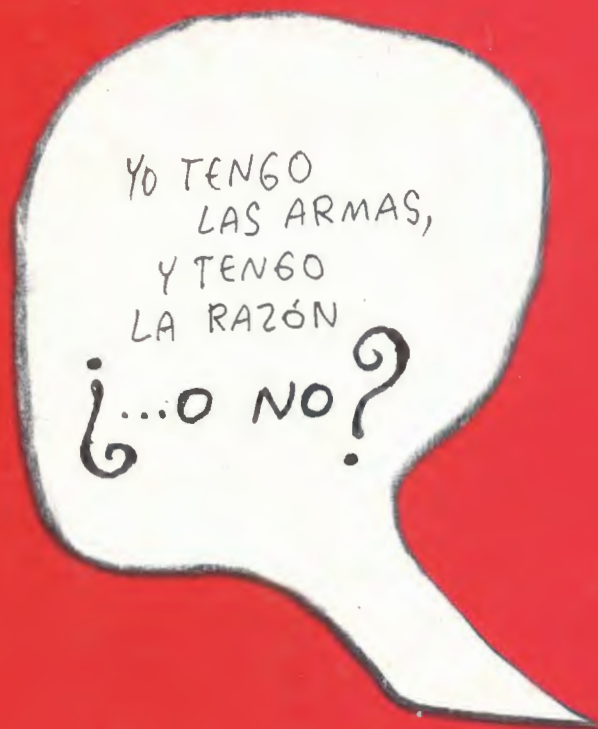
Esto generó una violentísima y penosa respuesta del presidente de la república, quien se dio por aludido y, en consecuencia, en un comportamiento grotesco, agredió verbalmente al caricaturista. Entonces Zapata hizo el dibujo de un tipo de rostro desencajado, con una bocota, ojos fijos y ojerosos, que dice: "... y hablando como los locos, / Hugo Rafael: / ¿cuánto te pagó / Zapata / por ese / propagandón?". Es decir, lo trataba de loco, lo tuteaba y le devolvía un golpe bajo referido a una inmensa promoción gratis en la que incurrió el presidente Chávez al dedicarse a hacer consideraciones necias sobre la obra del humorista.

En ese momento Zapata desenmascaró al presidente, quien a partir de esa fecha se mostró cada vez más irritado con la prensa, con el pensamiento libre y con la actitud genial de un caricaturista que nunca le ha tenido miedo al poder.





- Breve historia económica de los medios venezolanos
- Traigan de vuelta a los periodistas
- Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada
- Caracas pública, privada y de nadie
- El lector venezolano y las políticas públicas para el libro y la lectura
- Por un periodista con vocación de cazador furtivo
- Michel Maffesoli y el gusto por la invención de problemas
- Antonio Pasquali: El medio de los medios
- Venezuela y su crisis: El contexto ineludible de los media
- ¿Consumir a pesar de la crisis?
- Elías Pino Iturrieta: Los padres del pueblo, después del gran parricidio
- Venezuela informal
- Porque parece video la Verdad no escandaliza



ZAPATA