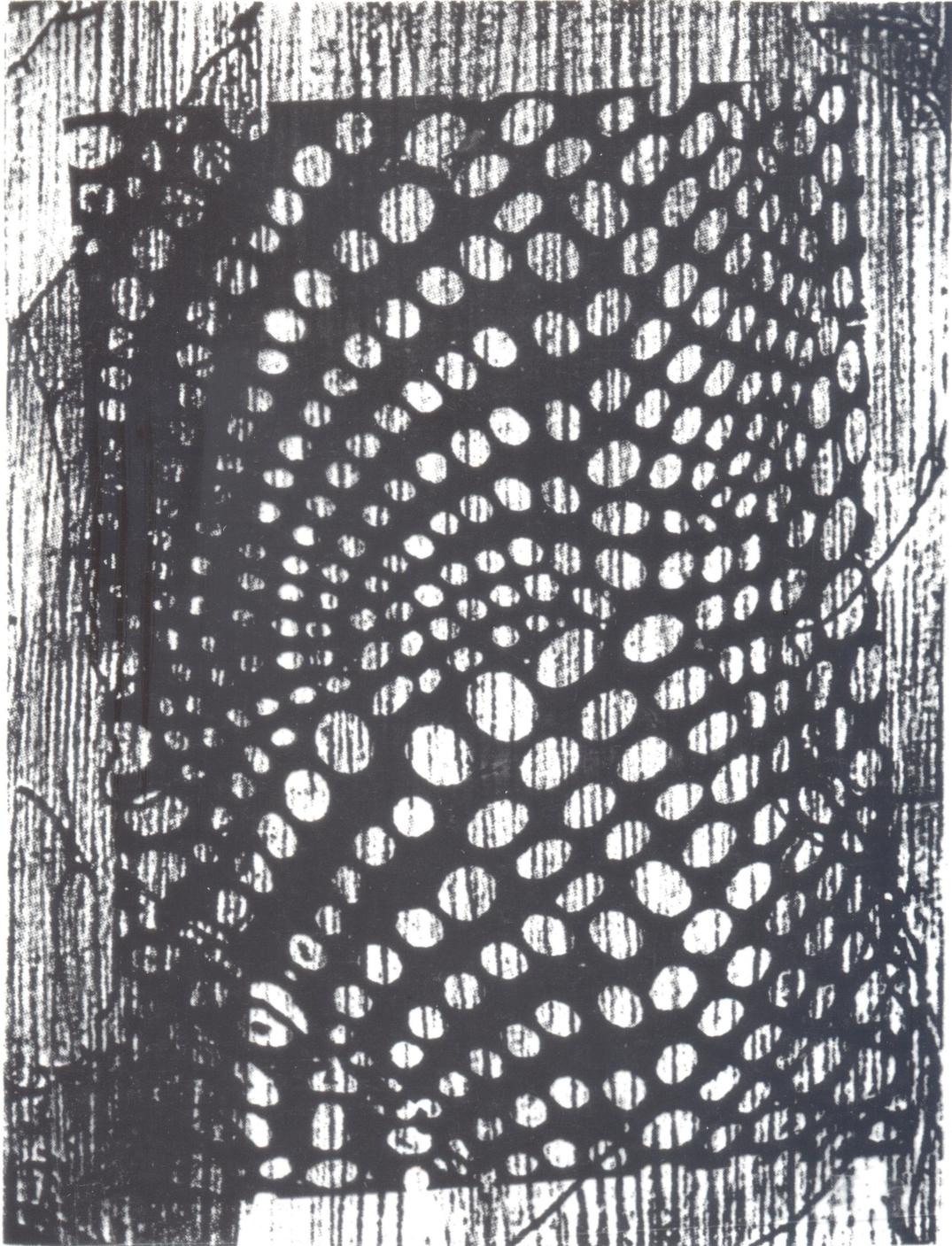


Estudios venezolanos de comunicación • Tercer trimestre 2006 • N° 135



Post periodismo

Director

Andrés Cañizález

Editor

Carlos Delgado-Flores

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre

Marcelino Bisbal

José Ignacio Rey

Francisco Tremonti †

Gustavo Hernández

Carlos Correa

Agrivalca Canelón

Andrés Cañizález

Carlos Delgado-Flores

Colaboradores

Daniel E. Jones (Barcelona, España)

Carlos Guzmán Cárdenas (Caracas, Venezuela)

Tanius Karam (Ciudad de México, México)

Elda Morales (Maracaibo, Venezuela)

Erick Torrico (La Paz, Bolivia)

José Martínez de Toda (Puerto Ordaz, Venezuela)

Narsa Silva (Caracas, Venezuela)

David de los Reyes (Caracas, Venezuela)

Luis Carlos Díaz (Caracas, Venezuela)

Acianela Montes de Oca (Caracas, Venezuela)

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 30.000,00

Suscripción de apoyo: Bs. 60.000,00

Número suelto: Bs. 9.000,00

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)

Para suscripciones del exterior
contactar a la administración
del Centro Gumilla.

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.

La revista *Comunicación* de la Fundación Centro Gumilla está indizada en la base de Datos Clase "A" de la Fundación Venezolana de promoción del investigador, al igual que en Latindex (Catálogo de revistas)

Visite nuestra página en la Web:

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

Esta publicación
ha sido patrocinada por

MINISTERIO

DE LA CULTURA



cantv

comunicación

Nº 135

Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

Presentación	Postperiodismo	2
Entradas	El comunicador para la salud en Venezuela aproximación a un perfil profesional Acianela Montes de Oca	6
	El perfil profesional de los periodistas económicos Eduardo Méndez Sánchez	22
	Del periodista industrial al intelectual digital Carlos Delgado-Flores	30
	Nuevos retos para la formación de comunicadores Andrés Garay Albújar	36
Estudios	Transformaciones en el campo laboral de la información y comunicación. Retos para la formación de los comunicadores sociales en Venezuela Jesús María Aguirre	42
	Perspectivas de la formación del comunicador social en Venezuela Elda Morales y Luz Neira Parra	58
Hablemos	Postgrados en Comunicación Social entre la academia y el mercado	72
Reseñas		82
Informaciones		86
Lo Electoral	Las señas del aquí y ahora breves referencias al fragor de tiempos electorales Marcelino Bisbal	90
	Las campañas electorales: reelección y regulaciones Carlos Correa	98
	Balance electoral 2006 La consolidación del personalismo presidencialista Pedro Medellín Torres. Omar Salinas Villamizar	101
	La batalla es simbólica Uso de la historia en la confrontación política actual Andrés Cañizález	104
	Populismo del siglo XXI Alfredo Ramos Jiménez	109

Postperiodismo

En la época en que más neologismos surgen por el impacto sobre todo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, el término pudiera parecer una cesión a la inflación verbal de las modas intelectuales.

Pero, aun a riesgo de ello, veamos algunas razones por las que cabe hablar de postperiodismo y las connotaciones que puede entrañar sea por la vinculación a las profecías de los agoreros de la desaparición del periodismo, sea a los pronósticos de los gurús del panóptico de la comunicación total.

A nuestro entender, y ello pretenden reflejar el conjunto de estudios y ensayos publicados en este número, el periodismo que logró consolidarse a mediados del siglo XX, ha entrado en una gran metamorfosis, ya que la mediación tecnológico-digital, no afecta solamente a los sistemas de canalización y difusión como en el anterior cambio audiovisual, sino transforma el contexto cultural y las bases de producción y difusión en la práctica periodística.

El periodismo denigrado y exaltado

Desde la aparición del periodismo no faltaron detractores que pusieron en jaque las pretensiones intelectuales del periodismo y anunciaron reiteradamente su ostracismo cultural. Recordemos el impropio de Karl Kraus: “¿Porqué no habrá la eternidad querido abortar este engendro del tiempo?” o la duda sobre su profesionalidad difusa de Max Weber: “El periodista comparte con todos los demás demagogos, así como también con el abogado y el artista, el destino de escapar a toda definición precisa”.

Pero el engendro del tiempo no sólo ha perdurado, sino se ha consolidado en medio de todas las transformaciones que se han operado en el siglo pasado.

Tras la barahúnda de los estereotipos impuestos por los profesionales de mayor prestigio o de la estigmatización de los intelectuales, progresivamente, el oficio fue ganando cierto status social, a medida que sus oficianes se iban formando en centros de educación superior, se asociaban en gremios con sus códigos y se legitimaban socialmente obteniendo el reconocimiento y la protección legal.

Hasta los mismos intelectuales, autodefinidos como escritores o publicistas, tuvieron que apearse a la palestra de los medios de comunicación social para influir en la opinión pública. El ejercicio del periodismo ya no volvía denigrantes a sus practicantes por el mero ejercicio, sino, solamente, a aquellos que pervertían su profesión por una mala praxis como en cualquier otra profesión.

A mediados del siglo pasado cierta mitología del cine americano contribuyó incluso a resaltar las aristas heroicas de

los profesionales exponiendo sus vidas en la cobertura de crímenes y de conflictos bélicos o defendiendo la libertad de expresión.

Una profesión expandida y legitimada

Sin duda la aparición de los medios electrónicos –radio y televisión– supuso una expansión de las fronteras del periodismo hacia campos y actividades cada vez más difusas. Los periodistas que se internaron en los medios de comunicación audiovisual tuvieron que redefinir sus operaciones, regenerar los géneros, y ampliar la noción estrecha del periodismo impreso, en connivencia con otros colegas dedicados a la publicidad y a la creación artística, que trabajaban en las mismas plataformas de difusión. Este fenómeno llevó a su vez a las escuelas de periodismo a incorporar en los procesos formativos no solamente las disciplinas y las destrezas vinculadas al periodismo de selección y procesamiento de información noticiosa, sino a otros saberes colindantes con las comunicaciones publicitarias y con las producciones de entretenimiento.

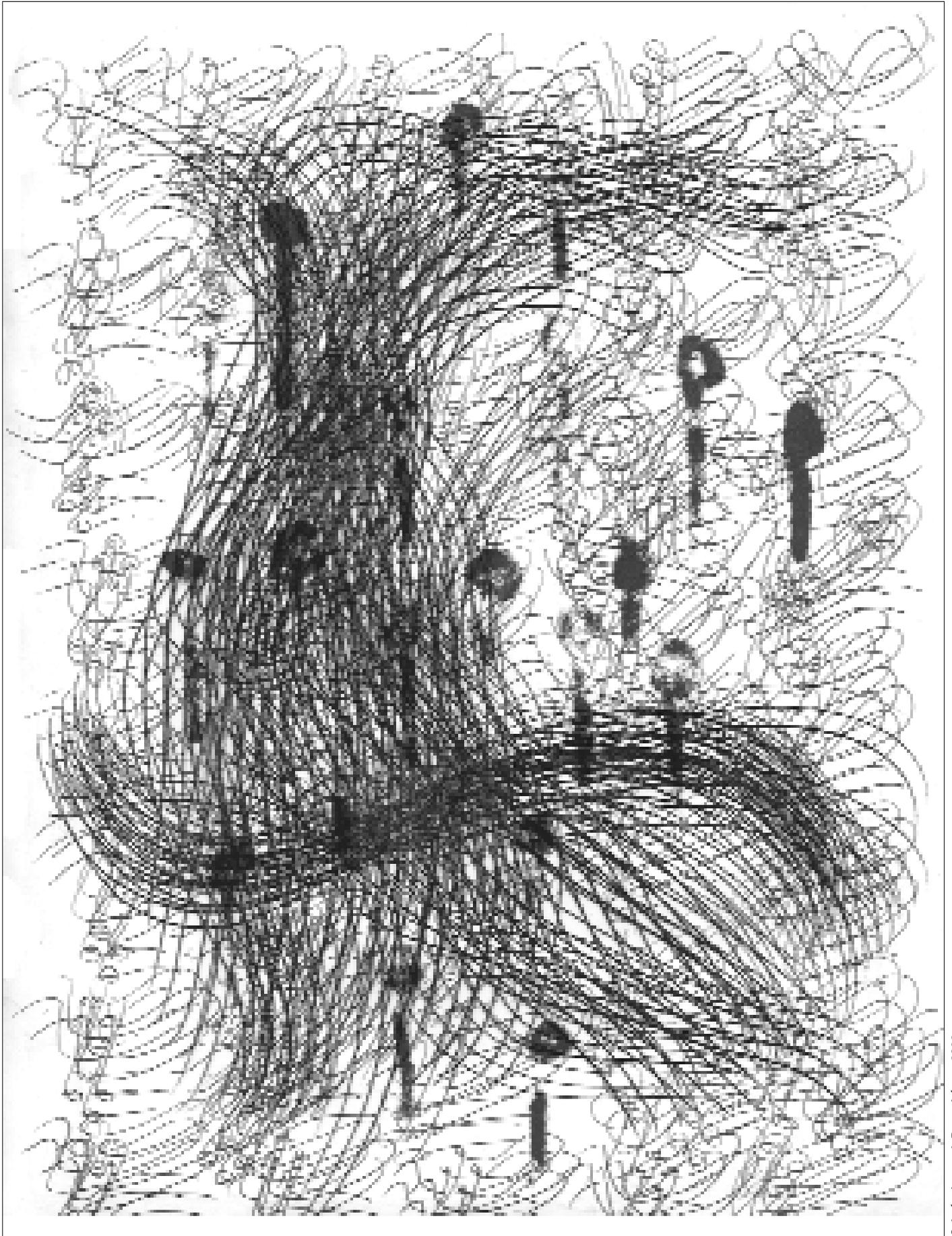
El resultado fue la aparición de las Escuelas de Comunicación Social, o más pretenciosamente, de las Facultades de Ciencias de la Información y de la Comunicación con sus departamentos y especialidades.

La falta de una disciplina unitaria de una ciencia de la comunicación y la práctica versátil de comunicadores que se movían entre varios de los campos de trabajo, hacía poco probable la instauración de un sistema de formación unificado o de una profesión uniformizada.

De todos modos, en la segunda mitad del siglo XX, en América Latina hemos asistido a una homogeneización creciente de los procesos formativos en torno, principalmente, a los tres ejes de periodismo impreso, comunicación audiovisual y publicidad, siguiendo el modelo auspiciado por CIESPAL, aunque el mercado de trabajo no estableciera límites precisos, ni los colegios de periodismo acabaran definiendo estrictamente su campo de dominio.

En este periodo de creciente rutinización y proletarización de los profesionales los debates se han centrado en ciertas innovaciones productivas y en el control del campo de trabajo a través de las asociaciones o aun de la colegiación obligatoria. Apenas hubo algunos movimientos que renovaron el campo al menos temporalmente.

El Nuevo Periodismo, por ejemplo, sacudió las formas estandarizadas de producir noticias según el modelo piramidal y elaborar reportajes interpretativos, transgrediendo las fronteras



Galería de papel. Roger López. 2006

entre periodismo y literatura, pero el estremecimiento no derrumbó los cimientos establecidos. A su vez las pugnas por la obligatoriedad de la colegiación, como en cualquier otra profesión que salvaguarda sus intereses y privilegios, terminaron circunscribiéndose a problemas legales sobre la apropiación de un espacio de exclusividad laboral

Una práctica con visión postmoderna

Hay una manera de ver los cambios actuales en la profesión, simplemente, como un cambio de una tecnología de difusión a otra más avanzada por vía de la incorporación de un nuevo sistema de canalización y transporte de mensajes. Esta sería, por ejemplo, la variación del periodismo impreso al ciberperiodismo o de la televisión analógica a la digital etc. Naturalmente, ello entrañaría también ciertos cambios en los lenguajes, géneros y procesos de difusión.

A nuestra manera de entender, la mutación es más profunda y está ligada a un cambio también cultural, al que se asocian otros factores concomitantes.

El postperiodismo surge en el caldo de cultivo de la ideología postmodernista, librado a una reconceptualización de la realidad, y a una relativización de las nociones de objetividad y verdad. Más allá de la influencia de las corrientes intersubjetivistas o hermenéuticas en la formación del periodista y/o comunicador, el relativismo de las perspectivas que entraña el crecimiento exponencial de puntos de vista —particularmente Internet— en la práctica profesional hace que estalle la noción del observador objetivo de los hechos y de la confianza privilegiada en fuentes institucionales burocratizadas, sean públicas o privadas.

Glosando libremente a Mc Luhan, diríamos que el relativismo del medio relativizó no los mensajes sino incluso la misma práctica periodística.

A esta multiplicación de las miradas y perspectivas, se ha sumado la experiencia frustrante de que muchos acontecimientos difícilmente pueden ser corroborados. La transmisión de la Guerra del Golfo, convertida en modelo de información virtual, dejó hecha añicos la creencia en unos reporteros que cubren los hechos presencialmente, “in situ”, o de unos testigos insobornables con una visión neutral.

La testificación de los hechos en el periodismo de pretensiones objetivas y veraces, en analogía con la prueba científica, se transformó en un amago de contrastación de realidades virtuales y confrontación de interminables cadenas de intermediación de las fuentes. ¿Qué ha quedado de la visión ingenua del reportismo como ejercicio acucioso de levantamiento de los hechos noticiosos, como si fueran hechos sociales (“fait social”)? ¿Queda algo de la confianza en la escritura sobria y concisa para describir los hechos después que se ha tomado conciencia del constructivismo en la literatura y en la misma historia? ¿Cómo informar en un mundo en que prevalecen los simulacros mediáticos frente a los presuntos hechos netos?

La cibercultura y sus nuevas mediaciones

Si el cambio de perspectiva cultural susodicho ha quebrado el modo de entender el ejercicio periodístico, existen otros factores vinculados a la revolución tecnológico-digital que estremecen también las formas tradicionales del periodismo.

Nunca, como hoy, ha habido para el periodista y el ciudadano común tantas fuentes de información disponibles y a tan bajo costo. Aunque las asimetrías persisten y los riesgos de la concentración siguen amenazantes, la **sobreinformación** es una novedad histórica.

Si bien el periodismo nació y se desarrolló en un tiempo de escasez de información, en que la competencia principal era la de ser un perro sabueso para buscar la presa, hoy en ante la sobreabundancia de información, la práctica profesional exige otras virtudes más vinculadas a la capacidad de discriminación de la credibilidad de las fuentes y de su calidad comunicativa. La discusión sobre la mayor credibilidad de una información suministrada por un medio institucional burocratizado de los cientos que existen compitiendo en el mercado o a través de un blog de los cincuenta millones que circulan en Internet, patentiza esta nueva dificultad. ¿Basta con responder con que en nuestra cultura individualística cada uno consume el menú preferido, al margen de cualquier consideración sobre la creación de un espacio público compartido? ¿Cómo regenerar la confianza social y la correlación de opiniones en esta fragmentación descomunal?

Pero a este volumen desproporcionado de mensajes para una asimilación se añade el **incremento de la velocidad**, tanto de los ciclos de producción-consumo como de la caducidad de los mensajes, por encima de los umbrales críticos de las personas y grupos.

Del periodismo mensual, quincenal y diario, pasamos a los noticieros matutinos y vespertinos, y hoy entramos en la periodicidad en tiempo real, que rompe todos los ritmos anteriores de difusión. ¿Cómo concebir el ejercicio periodístico en este entorno de producción instantánea, de difusión acelerada, de consumo fugaz?

Por si fueran poco estos retos, la transformación del modelo lineal al **hipertexto** envuelve también otra forma de comunicar, más vinculada a sistemas complejos de combinación de lenguajes, que rompe con las modalidades expresivas del pasado.

Dejando ahora de lado la consideración de la convergencia de medios y la adaptación a los múltiples soportes, solamente la instauración de la hipertextualidad obliga a reconsiderar toda la tipología de la producción periodística, sus géneros y su edición.

Por fin, los lectores y espectadores de hoy, no son los compradores de periódicos que asiduamente se dedican al rito cotidiano de saborear una taza de café y recorrer las páginas entintadas hasta las esquinas más recónditas. Hoy, los habituales buscadores de información son **usuarios** que seleccionan entre múltiples ofertas informativas —prensa, radio, televisión, Internet—, que reaccionan a los mensajes de los medios por vía telefónica, que **interactúan** con los medios digitales, que generan sus propios blogs.

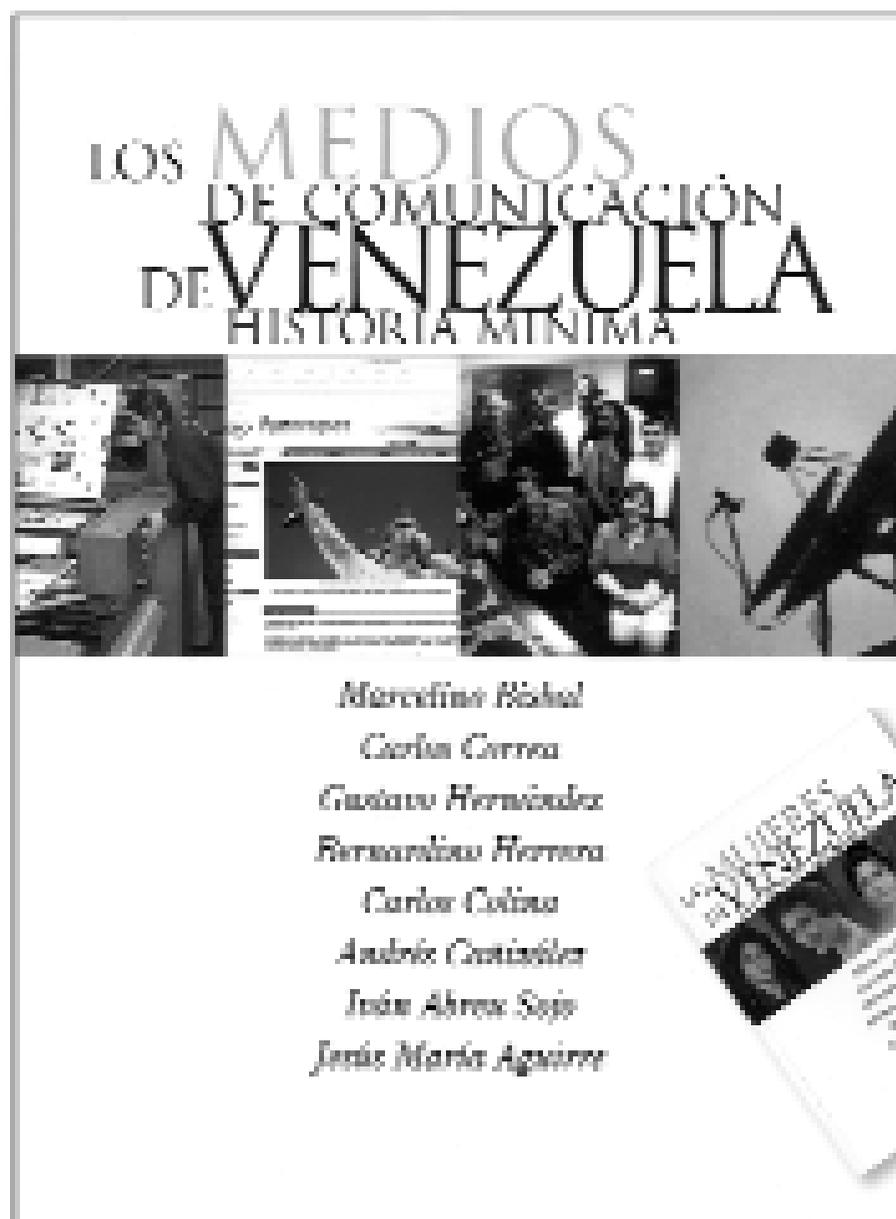
La cautividad quasi-pasiva de los anteriores clientes se ha convertido en un actividad no solamente colaborativa para completar a las fuentes, sino incluso en contrainformativa para corregir, demandar o atacar a los periodistas.

Por fin, y para no desbordar nuestras incertidumbres con más incógnitas, dejamos en el aire la pregunta inicial que provocó la elaboración del tema central de este número: ¿cuáles son las mediaciones tecnológicas y laborales que están transformando la labor del periodismo?, ¿no cabe hablar de postperiodismo para denominar este cambio epocal de la práctica profesional?, ¿qué nuevas figuras profesionales están surgiendo?, ¿queda algo del antiguo periodismo? ¿cómo podemos responder desde las empresas y la academia a los procesos de formación y capacitación en este nuevo entorno? La mesa está servida.

Entérate por qué estamos en presencia
de una sociedad mediática

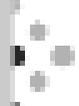
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE VENEZUELA

UN NUEVO LIBRO DE LA SERIE HISTORIAS MÍNIMAS



En los Medios para
conocer la historia
y evolución de los
medios de
comunicación
de Venezuela
y comprender cómo
se han convertido
en los motores
del poder en
comunicación que
nos hay en día.

Marcelino Robal
Carlos Correa
Gustavo Hernández
Fernando Herrera
Carlos Colina
Andrés Contreras
Juan Abreu Sojo
José María Aguirre



funtrapet

Programa de los Medios de
Comunicación de Venezuela

Este libro es un libro de la serie Historias Mínimas de los Medios de Comunicación de Venezuela. Es un libro de la serie de los Medios de Comunicación de Venezuela y las temáticas Funtrapet de AMÉRICA, LA SALUD, LA JUVENTUD, EL MEDIO AMBIENTE Y PODERES. Para más información: (58212) 263.9062 - 201.4807 • comunicacion@funtrapet.org.ve

El comunicador para la



salud en Venezuela

aproximación a un perfil profesional

¿Cuáles conocimientos son necesarios en los profesionales que deberían ejercer la labor de comunicar salud? ¿Qué competencias específicas deberá tener un comunicador para tener éxito en su objetivo de comunicar sobre salud? ¿Qué contenidos deben ofrecer las universidades y los programas de capacitación para que los profesionales de la comunicación para la salud desarrollen estas competencias?

■ **Acianela Montes de Oca**

El presente estudio pretende formular algunas respuestas a esas interrogantes, para lo cual aplicó una metodología establecida por Naciones Unidas y la Organización Panamericana de la Salud, el mapa funcional de competencias.

El producto de la investigación es un perfil de comunicador para la salud concebido como un articulador de lenguajes, procesos y actores, caracterizado por la ética, la responsabilidad social y el respeto hacia las diferencias. Se trataría, además, de alguien capaz de hacer seguimiento y evaluación de procesos, así como de participar en la mediación entre Estado y sociedad para impulsar el diseño y la ejecución de políticas públicas. Es, en síntesis, un profesional que atiende a los nuevos paradigmas que rigen tanto la comunicación y las ciencias sociales en general, como la realidad sociopolítica venezolana.

El siglo XXI encuentra una Venezuela afectada por dos de las endemias que la acosaron a principios del siglo XX: el paludismo y el dengue, dos graves enfermedades que podrían prevenirse con saneamiento ambiental y con medidas individuales de prevención. Sin embargo, entre el 1 de enero y el 6 de mayo de 2006 se habían registrado 12.234 casos de paludismo y 13.671 personas habían sufrido dengue (un 30% más de los casos acumulados para la misma fecha en 2005), según cifras del Boletín Epidemiológico Semanal del MSDS correspondiente al período entre el 30 de abril y el 6 de mayo de 2006.

Si a eso sumamos que la principal causa de muertes femeninas es el cáncer de cuello uterino (que puede prevenirse y hasta curarse si se detecta tempranamente), y hay una cifra nada despreciable de decesos provocados por embarazo y parto (165 fallecimientos hasta octubre de 2005), debe-

remos concluir que algo ocurre en el sector salud en nuestro país cuando enfermamos y morimos por dolencias que podrían ser evitadas a través de intervenciones preventivas o mediante el uso de mecanismos de promoción de la salud.

Reflexionar sobre este tema resulta particularmente importante, especialmente si se toma en consideración que en este milenio que despunta organismos internacionales como la ONU consideran la salud no sólo como un resultado del desarrollo, sino también como uno de los factores determinantes para lograrlo.

Y no cabe duda de que estas estadísticas hablan no solamente de fallas seculares de infraestructura y de atención sanitaria. También demuestran que no hemos sido capaces de utilizar eficientemente una de las armas más poderosas que dejó el siglo XX en materia de promoción de la salud: la comunicación.

En efecto, la comunicación para la salud, utilizada de manera humana y de acuerdo con las necesidades de auditorios específicos, ha demostrado capacidad para producir procesos de reflexión y movilización de las comunidades que las respaldan en el camino de hacerse responsables de sus procesos de salud. Ha sido también una herramienta vigorosa en manos de los estados y organizaciones para apoyar los procesos e intervenciones sanitarios.

Sin embargo, en Venezuela –al igual que en la mayor parte de los países de Latinoamérica– la comunicación para la salud se subutiliza, al reducirla a sus expresiones más técnicas o instrumentales, o sencillamente se descarta tanto en procesos y campañas como en los planes y políticas sanitarios. Esto se debe, por una parte, a fallas en la comprensión acerca de las potencialidades de la comunicación para la salud, pero sobre todo a la falta de profesionales

en esta área, que desde años atrás ha quedado en manos de personas de buena voluntad – y en algunos casos de especialistas en diferentes disciplinas- pero con escasas competencias, que no han logrado obtener los mejores resultados del uso de la comunicación.

Por esto, una prioridad en los actuales momentos debería ser la adecuada formación de especialistas en comunicación para la salud. Ahora bien, ¿cuáles conocimientos son necesarios en los profesionales que deberían ejercer la labor de comunicar salud? ¿Qué competencias específicas deberá tener un comunicador para tener éxito en su objetivo de comunicar sobre salud? ¿Qué contenidos deben ofrecer las universidades y los programas de capacitación para que los profesionales de la comunicación para la salud desarrollen estas competencias?

Aproximarse a algunas respuestas - desde la realidad venezolana- a esas preguntas que desde hace casi un lustro se plantean organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Panamericana de la Salud (OPS) es el objeto de la investigación, que pretende definir el conjunto de competencias, habilidades y conocimientos que debe desarrollar un comunicador para la salud en nivel de postgrado en el contexto venezolano.

Para lograr este fin, se aplicó una metodología establecida por Naciones Unidas y la Organización Panamericana de la Salud, el mapa funcional de competencias, aplicado al ámbito de la comunicación para la salud. El resultado final del trabajo es, pues, un mapa funcional de la comunicación para la salud en Venezuela, que puede ser usado con distintos fines, pero que tiene como misión primordial servir como insumo para un posterior diseño curricular de una especialización o maestría en comunicación para la salud. La investigación se basó en métodos cualitativos, por lo cual los resultados obtenidos no pueden tomarse como representativos de la opinión de todos los comunicadores en salud del país.

La comunicación para la salud: más que un instrumento

En el marco de las discusiones Este-Oeste, en plena búsqueda de modelos más justos de desarrollo, en 1978, la Conferencia Internacional sobre Atención Primaria de la Salud, de la Organización Mundial de la Salud (OMS), reunida en Alma Ata declaró que la salud es “un estado de completo bienestar físico, mental y social y no

“

En efecto, la comunicación para la salud, utilizada de manera humana y de acuerdo con las necesidades de auditorios específicos, ha demostrado capacidad para producir procesos de reflexión y movilización de las comunidades que las respaldan en el camino de hacerse responsables de sus procesos de salud

”

solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Es un derecho fundamental y el logro del grado más alto de salud es un objetivo social sumamente importante en todo el mundo” (OMS, 2004).

Y una de las mejores opciones para compartir conocimientos en materia de salud, era la comunicación, como ya habían comprobado naciones y organismos internacionales, que venían desarrollando iniciativas con diferentes niveles de éxito, al punto que fue necesario empezar a trabajar en esta área específica como ámbito de estudio.

Gloria Coe, Asesora de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), ha caracterizado la comunicación para la salud como un proceso que permite construir comportamientos individuales y colectivos más sanos:

[La comunicación para la salud es] la modificación del comportamiento humano y de los factores ambientales relacionados con ese comportamiento, los cuales directa o indirectamente promueven la salud, previenen enfermedades o protegen a los individuos del daño, o como el proceso de presentación y evaluación de la información educacional persuasiva, incorporativa y atractiva, que conduce a conductas individuales y sociales saludables (Coe, 1998).

Durante las primeras décadas, el enfoque fue fundamentalmente difusio-

nista y predominaba la noción clásica de “educación para la salud” (recordemos que la comunicación se concebía como el mecanismo a través del cual un emisor competente transmitía ideas, modelos y conocimientos útiles para facilitar el paso de una condición de atraso a otra de modernidad). Se aspiraba entonces a encontrar las fórmulas para llevar un mensaje que diera lugar a conductas capaces de eludir la enfermedad, de prevenirla, o posteriormente de promover la salud.

Sin embargo, con el paso del tiempo y la proliferación de experiencias se hizo ostensible que los modelos orientados a una simple transmisión de información no funcionaban cabalmente. “Se asumía que la gente iba a seguir instrucciones, y cuando no lo hacían se pensaba que era culpa de la persona que “recibía las instrucciones” y no de quienes “las daban” o del método para impartirlas” (Healthcom, 1995). Era clara la necesidad de cambiar de modelo.

Apoiados fundamentalmente en teorías de cambio del comportamiento- los investigadores en la comunicación para la salud buscaron diferentes formas de generar mensajes eficaces para modificar comportamientos que funcionaran como factores de riesgo para sufrir enfermedades y problemas de salud pública.

Dentro de las teorías más usadas, según reportan trabajos presentados por investigadores de USAID (Agencia Norteamericana para el Desarrollo Internacional), están el modelo de la creencia en salud, la teoría de la acción razonada y la teoría de aprendizaje cognitivo social, por su utilidad para la prevención del cáncer, en campañas de promoción de terapias, cesación del hábito de fumar, y en estrategias de prevención del SIDA (Healthcom, 1995).

El modelo de la creencia en salud, trabajado por autores como Rosenstock (1974), Janz y Becker (1984), así como Kirscht y Joseph (1989), propone identificar las creencias o factores psicológicos determinantes en el público cuyo comportamiento se quiere cambiar. En cuanto a la teoría de la acción razonada, fundamentada en investigaciones de Fischbein y Ajzen (1975), entre otros, se enfoca en la relación existente entre creencias, actitudes, intenciones y comportamiento, y señala que para cambiar cualquier conducta es imprescindible cambiar el proceso cognitivo en que ésta se basa. La teoría del aprendizaje cognitivo social, basada en autores como Bandura (1977), postula que para cambiar su comportamiento las personas requieren no sólo motivos, sino también apoyo psicológico, social y de conducta (Healthcom, 1995).

A partir de estas y otras teorías del comportamiento humano y social se desarrollaron diferentes estrategias y modelos de comunicación para la salud dentro de los cuales, la OPS ha indicado como útiles en sus publicaciones tanto el mercadeo social como el activismo informativo (Wallack, 1990). En ambas fórmulas, los medios de comunicación masivos adquieren un lugar preponderante.

Según el reporte “Herramientas para desarrollar destrezas en comunicación para la salud”, desarrollado por Healthcom (Comunicación para la salud para la supervivencia infantil), organismo adscrito a USAID (Agencia Norteamericana para el Desarrollo Internacional) y publicado en 1995, más de 40 países recibieron asistencia técnica en programas de comunicación para la salud entre 1978 y 1995 usando los recursos del mercadeo social. En Honduras, Ecuador, Perú, Guatemala, Indonesia, Papua Nueva Guinea, Filipinas, Jordania, Yemen del Norte, Lesotho, Malawi, Nigeria, Zaire, Gambia y Swazilandia se concentraron en promover la terapia de rehidratación oral (que evita la mortalidad por deshidratación producto de las diarreas infantiles), programa de inmunizaciones, tratamiento de infecciones respiratorias agudas, lactancia materna, planificación familia y prevención de la malaria.

Posteriormente, se proporcionó ayuda de largo plazo a Burkina Faso, Egipto, Malí, Senegal, Honduras, Perú, Yemen, Filipinas e Indonesia para intervenciones relacionadas con prevención del cólera y de la ceguera del río, así como campañas para evitar la mortalidad infantil. Todos estos enormes esfuerzos, intensivos en capital y en movilización de recursos humanos, sin embargo, se revelaron como insuficientes a la vuelta de pocos años.

Entretanto, en Latinoamérica se perfilaban opciones en comunicación que conferirían mayor importancia a la respuesta de las audiencias y a formas novedosas de presentar los mensajes sanitarios a partir de elementos vinculados con las expresiones culturales de las poblaciones. Una de las manifestaciones más notables –según recoge la OPS– es el edu-entretenimiento, del que ha habido importantes experiencias en nuestro continente, especialmente Perú y México.

El edu-entretenimiento, que ha tenido como vehículo esencial la televisión, preconiza que la información educativa debe ser atractiva y divertida. Los programas producidos desde este modelo han promovido la alfabetización de adultos, la

“

Apoyados fundamentalmente en teorías de cambio del comportamiento- los investigadores en la comunicación para la salud buscaron diferentes formas de generar mensajes eficaces para modificar comportamientos que funcionaran como factores de riesgo para sufrir enfermedades y problemas de salud pública

”

planificación de la familia, el uso de anticonceptivos y condones, la crianza responsable de los niños, el control del abuso de drogas y la reducción de la violencia, entre otros (Coe, 1998).

En su mayoría, estos esfuerzos de organismos internacionales (como OMS-OPS) o de los Ministerios de Salud de los distintos países, se limitaban a copiar experiencias exitosas en otros lugares y transplantarlas sin mayores modificaciones a entornos que podían ser radicalmente distintos. En el mediano y largo plazo, los resultados han demostrado el reducido alcance de estas iniciativas y de estos modelos de trabajo en comunicación para la salud basados en información para cambiar conductas.

Aprender de los errores

¿Qué ha ocurrido? ¿Por qué la comunicación para la salud se nos ha convertido en esta suerte de manto de Penélope en el que se avanza tanto como se retrocede? ¿Cuáles han sido los principales errores cometidos?

Investigadores como Rosa María Alfaro, directiva de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Estela Roeder, docente de la Universidad de Lima, Washington Uranga, director de la maes-

tría en Planificación y Gestión de la Comunicación en la Universidad Nacional de La Plata, Hernán Díaz, docente de esa misma universidad argentina, y Gastón Femia, profesor de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, por sólo citar los latinoamericanos, han reflexionado sobre estos temas y proponen algunas respuestas, vinculadas por una parte con el uso instrumental o básicamente técnico de la comunicación como apoyo de procesos sanitarios, y por la otra con la carencia de políticas sanitarias integrales por parte de los Estados.

La investigación realizada por Estela Roeder para el Consorcio de Universidades y el Proyecto Change, en Perú, demostró que una tendencia internacional es enfocar la promoción de la salud en reducir la vulnerabilidad de las personas a través de informar y difundir (Castro et al., 2003:10). Y esto suele hacerse a través de campañas o intervenciones de corto plazo (generalmente charlas en ambulatorios o comunidades). Prevalece, como encontró la investigadora, un enfoque instrumental de la comunicación que se puede sintetizar en dos modelos:

- La comunicación como herramienta o producto, es decir como instrumento útil para la promoción de la salud y la prevención de enfermedades (especialmente a través de la información). El comunicador es un creador de actividades y de materiales, y determina el modelo de conducta a seguir.
- La comunicación como proceso social. Las estrategias de comunicación pretenden lograr la presencia y participación tanto individual como colectiva, así como una prácticas conscientes y responsables que permitan construir entornos saludables

Según este estudio desarrollado por Roeder, al comunicador en salud se le percibe desarrollando tres roles: traductor (es decir, decodificador y adecuador de mensajes); bisagra (encargado de sintetizar nociones de distintas disciplinas para evitar o resolver conflictos interdisciplinarios y o políticos), y negociador (capaz de propiciar consensos y de responder a los problemas del campo de la salud con enfoque intercultural y de desarrollo), aunque esto último de forma menos frecuente. Los hallazgos resultan significativos por cuanto se trata de resultados de cinco indagaciones exploratorias y más de 700 entrevistas en 150 instituciones del Estado y de la sociedad civil en Perú (Castro et al., 2003).

En la medida en que la comunicación se identifica primordialmente con un medio para transmitir mensajes, se limitan sus numerosas dimensiones y potencialidades, y se le transforma en un quehacer técnico, en una simple secuencia de pasos a cumplir para lograr un objetivo, o en una receta de trabajo práctico. No se le mira como una disciplina con implicaciones estratégicas sino con un simple “saber hacer” para que ciertos materiales y productos tengan mejor apariencia o mayor difusión.

Se tiende además a homogeneizar los productos y a utilizar el recurso de la “campana” (generalmente con una visión publicitaria estereotipada) como comodín para las iniciativas de comunicación para la salud.

Este uso de la comunicación como mero soporte técnico, además de implicar un subaprovechamiento de una disciplina poderosa, trae otras consecuencias, como lo sintetiza Rosa María Alfaro:

La comunicación instrumental resulta ser, cada vez más, una actividad momentánea y efectista, que no es continua ni ordenada de acuerdo a procesos de aprendizaje, sino que se limita a conseguir efectos e impactos inmediatos, perdiendo la visión integral de su intervención, con lo cual también la sostenibilidad se pone en cuestión. Generar aprendizajes es un reto que pesa muy poco en su definición y sentido. Al no apostar por las apropiaciones comunicativas de la persona y sus comunidades, en diferentes campos de la vida cotidiana, el desarrollo se aleja (Alfaro, 2004:9)

Puesto que se le considera estrictamente un recurso de información, la mayor atención se brinda a los mensajes y a la adecuación de éstos a un contenido científico que en muchos sentidos reproduce la relación médico paciente y privilegia la curación de enfermedad por encima de la promoción de la salud.

Más allá de la relación conoedor/desconoedor

En efecto, estas campañas suelen calcar la relación médico paciente, que en nuestros países funciona como un proceso de transmisión de información —muchas veces en clave científica— desde una fuente autorizada, el médico, hasta una audiencia ignorante, que debe aprender y seguir instrucciones, más allá de su contexto cultural, comunitario o social.

Los materiales de apoyo de esas campañas tienen una función informativa o a lo más persuasiva, pero pocas veces incluyen ni las expectativas ni elementos sociales o culturales de las audiencias a las que van destinados:

“

El uso permanente de mensajes ajenos a las prácticas sociales de los colectivos, así como de un esquema vertical de transmisión de conocimientos, en el que lo fundamental es la producción de mensajes y materiales, y en la que además operan relaciones desiguales de poder, “en que los interlocutores y destinatarios de esos procesos [de comunicación sanitaria]”

”

Lejos de constituirse en materiales que fomentaran en los actores sociales una reflexión sobre los hábitos de vida en el marco de su cultura, se generaron un conjunto de mensajes descontextualizados, sin anclaje en la realidad concreta de los destinatarios. Pero además, mensajes alarmistas, enfocados a destacar lo catastrófico de la enfermedad y no a comprender los procesos de producción de salud. El punto de partida se situó en la cultura de la enfermedad y de la muerte y no en una cultura de la salud y de la vida (Uranga y otros, 2002:65).

En efecto, la práctica de campañas tanto persuasivas como informativas se ha concentrado en hablar sobre enfermedades, riesgos, daños. El acento se ha puesto en el error, en el problema, y no en la solución. A lo sumo, se promueven los servicios de los Estados para atender a los ciudadanos, pero difícilmente se producen mensajes que promuevan estilos de vida individuales y colectivos saludables.

La confianza en que las teorías de cambio de comportamiento pudieran resultar suficientes para cambiar actitudes y conductas de las audiencias más díscolas se ha tambaleado en la medida en que se ha evidenciado que el impacto de las costosas campañas se desvanece en pocos meses, y las colectividades o grupos a las que eran dirigidas permanecen apáticos o indiferentes ante las propuestas de modificación de actividades.

Una parte del problema puede relacionarse con la falta de evaluación de los procesos e intervenciones en comunicación para la salud. Son pocos los programas de este tipo que colocan como componente fundamental la evaluación (en cualquiera de sus tipos: formativa, de procesos, de resultados o de impacto). Y si evalúan, lo hacen apenas usando uno o dos factores, por lo cual no se puede conocer con claridad si el esfuerzo ha rendido los frutos esperados.

También se ha puesto en duda la eficiencia de los mensajes con el visto bueno de la comunidad científica. Si bien en muchos casos se corresponden con lo que la medicina y la ciencia consideran adecuado, no necesariamente resultan útiles para las comunidades: al hablárseles en términos que les resultaban ajenos, sobre síntomas que no están vinculados con sus prácticas o actividades, se les asusta con horrores por venir y no con bondades por lograr, a través de textos complicados y poco atractivos. De esta manera resulta poco probable lograr transformaciones medianamente duraderas a partir de esquemas tan abstractos.

El uso permanente de mensajes ajenos a las prácticas sociales de los colectivos, así como de un esquema vertical de transmisión de conocimientos, en el que lo fundamental es la producción de mensajes y materiales, y en la que además operan relaciones desiguales de poder, “en que los interlocutores y destinatarios de esos procesos [de comunicación sanitaria] han sido situados en el lugar de receptor pasivo, de ‘paciente’ por quienes han monopolizado la instancia de producción” (Uranga y otros, 2002:65) implica relaciones excluyentes por definición.

En efecto, la verticalidad- unidireccionalidad operan en contra del diálogo y la reciprocidad y por tanto, desarman cualquier posibilidad real de participación. Ésta se convierte en un ejercicio retórico —algunas personas que comentan sus experiencias pero que realmente no son tomadas en consideración a la hora de planificar o ejecutar las estrategias de comunicación— y no en un recurso fundamental para generar compromiso y hacer viables las transformaciones.

Alfaro además ha señalado otros problemas que parten de la ausencia de políticas comunicacionales- sanitarias integrales por parte de los Estados: una visión parcial o utilitaria de lo comunicacional (se la usa para producción de materiales promocionales o propagandísticos, para proyectos específicos, contingenciales y de escasa trascendencia, sin enlace con políticas y estrategias generales de promoción

de la salud), establecimiento de políticas de salud sin enlace con políticas de comunicación, un sistema de salud desgastado y deshumanizado, con importantes fallas de comunicación que provocan no sólo carencias de participación democrática sino también desarticulación y redundancia de iniciativas, así como frustración de los distintos actores involucrados.

Otro problema –también relacionable con la falta de políticas del Estado– es la carencia de opciones de formación en cuanto a comunicación para la salud. No se le contempla como línea clave de capacitación, ni tampoco se proporcionan herramientas ni a los comunicadores ni al personal de salud, ni a los promotores, con los problemas que ello implica: “Se contrata a comunicadores para tareas específicas sin integrarlos a las políticas de conjunto. Esta es aún externa al sistema de salud y todos sabemos que sin comunicación no es posible la promoción, ni siquiera la prevención (Alfaro, 2004: 10).

Los autores del informe *Comunicación en Salud: Lecciones Aprendidas y Desafíos en el Desarrollo Curricular*, producido por USAID, OPS y proyecto Change, coinciden en señalar las carencias de formación como una falla importante de la comunicación para la salud en Latinoamérica. En su texto, insisten en que las insuficientes oportunidades para la formación de profesionales han generado dificultades en la factibilidad y sostenibilidad de programas. Otro aspecto conflictivo que detectaron es que se percibe a los programas de comunicación para la salud como ajenos, ya que se los ve como engendrados desde fuera y sin capacidad para responder a necesidades domésticas. Para estos especialistas, “el desafío es cómo vincular los diferentes intereses de actores locales como internacionales en proyectos que respondan a necesidades comunes” (Castro et al, 2003).

Nuevos caminos por transitar

La reflexión común en los autores revisados es la necesidad de formar profesionales capaces de avanzar por los nuevos senderos que la comunicación para la salud impone, y que implican entre otros aspectos una perspectiva comunicacional más amplia y una transformación (o resignificación) de las prácticas tradicionales de comunicación para la salud.

Una primera vía es asumir que los procesos de comunicación para la salud están insertos dentro de prácticas culturales híbridas, en las que operan múltiples mediaciones a través de las cuales las comunidades y las personas (una multiplicidad de actores por conocer y comprender) cons-

“

Ahora bien, para transitar estos senderos hace falta un comunicador para la salud con habilidades y competencias mucho mayores de las tradicionales, porque su campo de acción será más complejo y extenso. Se trata de un profesional que estará obligado a “superar los enfoques tradicionales de la comunicación en salud”

”

truyen sentidos y significaciones. Darle espacio a esa construcción común es fundamental para comunicar y para compartir salud. También lo es crear una perspectiva compleja en la cual la comunicación se relacione con diferentes disciplinas, pero también con los llamados “saberes vulgares” o de sentido común, imprescindibles para entender a las audiencias, su lógica de acción, sus necesidades y el sentido que quisieran imprimirle a los cambios (Uranga y otros, 2002).

Otro camino será abordar la comunicación para la salud como proceso de aprendizaje social (en el que todos los involucrados aprenden en una relación dialógica), en el que tanto los formatos como los contenidos de la comunicación sean novedosos, diversos, múltiples y vinculantes con las prácticas y actividades concretas de los colectivos, lo que probablemente permitirá una mayor implicación y compromiso de los involucrados.

Al mismo tiempo deberá iniciarse una estrategia de verdadera promoción de la salud, que impulse la adopción de “hábitos saludables en el marco de una cultura de la vida focalizándose en los procesos de producción de salud y no sólo en sus resultados” como afirman Washington Uranga, Gastón Femía y Hernán Díaz (2002). La intención sería proponer una cultura de la calidad de vida, que sustituya a la cultura del miedo

y de la enfermedad sobre la cual se han basado tradicionalmente los mensajes de comunicación para la salud.

En esta perspectiva los autores antes citados concuerdan con Rosa María Alfaro, para quien todas las acciones de comunicación para la salud deben estar orientadas de manera preferente a la promoción de la salud, que para ella, debe ser concebida de una manera integral:

Como el proceso social, educativo y político que incrementa la conciencia pública sobre salud, que promueve estilos de vida saludables y la acción comunitaria a favor de la salud, que brinda oportunidades y ofrece a la gente la posibilidad de ejercer sus derechos y responsabilidades, para formar ambientes sistemas y políticas favorables a la salud y al bienestar. Es decir una sociedad vinculada comunicativamente entre sí para crear comunidades saludables (Alfaro, 2004:22).

Ahora bien, para transitar estos senderos hace falta un comunicador para la salud con habilidades y competencias mucho mayores de las tradicionales, porque su campo de acción será más complejo y extenso. Se trata de un profesional que estará obligado a “superar los enfoques tradicionales de la comunicación en salud: difusión, producción de materiales, imagen institucional, por el de participación, entendimiento, tolerancia y negociación de conocimientos y prácticas” (Roeder, 2004:19).

Tendrá que ser hábil para “navegar de un medio a otro, escoger entre las muchas herramientas de comunicación y adaptar las estrategias a una situación particular” (Gumucio, 2005:6). En síntesis, será un comunicador capaz de relacionarse con diferentes actores, disciplinas, modelos, estrategias y criterios, así como a ponerlos al servicio de la gente para que ésta, libremente, decida sus prioridades en materia de salud y de cambios.

El caso Venezuela

En Venezuela, la situación no es distinta a la descrita en el análisis anterior. La comunicación para la salud ha sido utilizada fundamentalmente como un instrumento para llevar adelante campañas informativas, en situaciones puntuales y con muy bajo impacto a mediano plazo. Pocos profesionales se dedican a esta área y en su mayoría están concentrados en el periodismo en medios masivos. En las instituciones, los comunicadores para la salud ocupan cargos subalternos, de acuerdo con los organigramas.

ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN VENEZUELA

UNIVERSIDAD (LICENCIATURA)	PREGRADO	POSTGRADO
Universidad del Zulia	X	X
Universidad de Los Andes	X	
Universidad Central de Venezuela	X	X
Universidad Católica Andrés Bello	X	X
Universidad Santa María	X	
Universidad Santa Rosa	X	
Universidad Monteávila	X	
Universidad Bolivariana	X	
Universidad Bicentenario de Aragua	X	
Universidad Fermín Toro	X	
Universidad Arturo Michelena	X	
Universidad Cecilio Acosta	X	
Universidad Rafael Beloso Chacín	X	
Universidad Simón Bolívar		X
Universidad Metropolitana		X

Fuente: Elaboración propia

Tal vez de manera consistente, son muy escasos los espacios de formación universitaria en el área. En efecto, para enero de 2006, hay en el país 13 centros de educación superior en los que se estudia Comunicación Social a nivel de pregrado: las universidades del Zulia, de Los Andes, Central de Venezuela, Católica Andrés Bello (en los núcleos de Caracas y Guayana), Santa María, Santa Rosa, Monteávila, Bolivariana, Bicentenario de Aragua, Fermín Toro, Arturo Michelena, Cecilio Acosta, y Rafael Beloso Chacín. Hay estudios de postgrado en áreas de Comunicación en las Universidades del Zulia, Católica Andrés Bello, Simón Bolívar, Metropolitana y Central de Venezuela.

Sin embargo, la materia “Comunicación para la Salud” apenas se dicta –y como electiva– en el pregrado de las Universidades de Los Andes (en el 4to año de la mención Comunicación para el Desarrollo Científico) y Central de Venezuela (en el plan variable de estudios). En la Universidad Bicentenario de Aragua, en la mención Comunicación y Desarrollo se ofrece una materia de nombre “Salubridad Social y las etnias en Venezuela”.

En cuanto a postgrado, hay un Seminario electivo en la maestría en Comunicación Social (mención Comunicación para el Desarrollo) en la Universidad Católica Andrés Bello, y una línea de investigación en la Universidad del Zulia, que aparentemente tiene planificado desarrollar

un postgrado específico en Comunicación para la Salud (Guadalupe Olivo, conversación personal el 25 de octubre de 2005).

Con respecto a las carreras relacionadas con salud, en el país se estudian Medicina, Enfermería, Odontología, Farmacia, Nutrición y Dietética, Bioanálisis, Veterinaria, y Técnico Superior en: enfermería, fisioterapia, salud ocupacional, cardio-pulmonar, información sanitaria, ingeniería sanitaria, citotecnología, terapia del lenguaje, en trabajo social, administración de hospitales, y gerencia de servicios.

Según los datos más recientes que logramos obtener (de 1997) de la Oficina de Planificación del Sector Universitario, en el país existían 10 programas de formación en medicina, 8 en enfermería, 7 en odontología, 4 en farmacia, 3 en nutrición, 5 en bioanálisis y 4 en veterinaria, para egresar con nivel de licenciatura. La mayoría de las carreras pertenecían a 8 universidades públicas y a 2 privadas. En cuanto a postgrados, con nivel de Especialización existen 167 cursos, 49 para Maestría y 20 para doctorado (Serrano, 2003).

A partir de 2005, a estos programas deberá sumarse el de Medicina Integral, recientemente aprobado por la Misión Ribas, que según prevé el MSDS, se desarrollará en las universidades Francisco de Miranda, Rómulo Gallegos, Rafael María Baralt, Bolivariana de Venezuela, Nacional Experimental de las Fuerzas Armadas y Nacional Experimental de los Llanos

Ezequiel Zamora, lo cual incorporará otras cuatro universidades a la formación en pregrado.

Hasta ahora, en las carreras relacionadas con salud las materias de comunicación se orientan a la comunicación humana (desde una perspectiva médica y psicológica), salvo en el caso de la Universidad de Oriente, donde existe una mención de Educación para la Salud. En ella hay contenidos sobre educación y promoción de la salud más vinculados con comunicación grupal.

Esto coincide con la situación latinoamericana, según la investigación realizada para el Proyecto Change y la Iniciativa de la Comunicación: de las más de 500 centros de estudios de Comunicación Social – Periodismo (reportados por FELAFACS), sólo 5 o 6 han incluido estudios en Comunicación para el Desarrollo (que podrían incorporar materias sobre comunicación para la salud). En general presentan programa de estudios orientados hacia el periodismo, la publicidad, las relaciones públicas o la producción audiovisual (Irigoin et al, 2002).

Se busca periodista...

De hecho, esos son los principales espacios laborales que encuentran hasta ahora los comunicadores en salud en Venezuela: medios de comunicación tanto diarios como periódicos (revistas, magazines, etc.) y medios electrónicos (sitios web o medios de información por Internet) para los periodistas en salud; centros de investigación, universidades, clínicas y hospitales o direcciones de comunicación en los organismos públicos, para los comunicadores organizacionales, y finalmente consultorías o espacios de relaciones públicas, en materia de publicidad y comunicaciones integradas.

Una rápida revisión permite determinar que actualmente en el país 7 de los 12 diarios de circulación nacional (El Nacional, El Universal, Últimas Noticias, El Mundo, Tal Cual, Panorama y El Nuevo País) y al menos 12 de los 78 diarios regionales (El Carabobeño, El Impulso, El Araguense, El Informador, El Norte, El Siglo, El Sol, los diarios El Tiempo (tanto el de Puerto La Cruz como el de Valera), Frontera, NotiTarde y Nuevo Día) cuentan con secciones fijas de salud o con periodistas que tienen dentro de sus obligaciones cubrir esta fuente. La mayor parte de estos diarios también poseen revistas dominicales que incluyen secciones de salud.

Adicionalmente, encontramos publicaciones con espacios fijos sobre salud y belleza

ESTUDIOS DE SALUD EN VENEZUELA

CENTRO DE FORMACIÓN UNIVERSITARIA O INSTITUTO (Licenciatura/ Técnico Superior)	M	E	O	F	N	B	V	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	
	E	N	D	A	U	I	E	E	F	O	C	I	I	C	L	T	A	G	
	D	F	O	R	T	O	T	N	I	C	P	S	N	I	E	S	D	E	
								F	S	U	U	A	F	T	N	O	M	R	
								E	I	P	L	N	O	O	G	C	H	E	
Universidad Central de Venezuela	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Universidad de los Andes	x	x	x	x	x	x	x								x				
Universidad de Carabobo	x	x	x			x	x												
Universidad C Occ. Lisandro Alvarado	x	x					x	x											
Universidad Nac. Exp. Francisco Miranda	x	x						x											
Universidad Nac. Exp. Rómulo Gallegos.	x	x	x					x											
Universidad de Oriente	x	x				x	x												
Universidad del Zulia	x	x	x	x	x	x	x	x											
Universidad Santa María (privada)			x	x															
Universidad Nac. Exp. Gran Mariscal de Ayacucho (privada)				x															
Col. Univ. Jean Piaget (privado)								x									x	x	
Col. Univ. Los Teques Cecilio Acosta (privado)								x	x	x									
Col. Univ. Enfermería Gobernación del Distrito Federal								x											
Col. Univ. Enfermería Centro Médico								x											
I.U. Polit. de las FFAA								x											
I.U. Tecnología de Caripito								x											
I.U. Tecnología Dr. Delfín Mendoza								x											
Col. Univ. Enfermería Cruz Roja								x											
I.U. Tecnología Juan Pablo Perez Alfonzo								x											
I.U. Tecnología Isaac Newton								x											
I.U. Tecnología READIC								x											
I.U. Tecnología Yaracuy								x											
Inst. Ven. Audición y Lenguaje																	x		
Col. Univ. Rehabilitación									x	x									
Col. Univ. De Caracas																		x	
I.U. Profesiones Gerenciales																		x	x
TOTAL	8	8	7	4	3	5	4	1	3	3	1	1	1	1	2	2	1	2	2
								9											

Fuente: Serrano (2003) Estrategias de cooperación con los países. Informe de situación sobre desarrollo de recursos humanos en salud. OPS/OMS

(particularmente las revistas asociadas al Bloque de Armas y la Cadena Capriles, Sala de Espera, y el semanario Quinto Día), o revistas especializadas como Ciencia al Día y las editadas por las cadenas de farmacias Locatel y Farmatodo. A eso habría que sumar las oportunidades de producción independiente en las emisoras de radio y televisión tanto privadas como comunitarias, y numerosas páginas web (que incluyen desde el site principal de Cantv, Globovisión, El Nacional y El Universal, pasando por portales de información en salud, hasta iniciativas individuales de médicos). Esto, en relación con el ámbito periodístico.

Con respecto a la comunicación organizacional, las universidades Central de Venezuela, del Zulia, de Carabobo, Centrooccidental Lisandro Alvarado, de Los Andes, de Oriente, así como el Ministerio de Salud (incluyendo sus organismos afiliados) cuentan con direcciones de información que requieren comunicadores formados en el área de salud. Igual ocurre con algunos de los principales centros privados de atención de la capital (como Hospital de Clínicas Caracas, Policlínica Metropolitana, Centro Médico de Caracas y la Clínica Santa Sofía), que mantienen o han mantenido en los últimos cinco años un comunicador dentro de su personal contratado.

En cuanto al ámbito publicitario, una parte importante de los laboratorios farmacéuticos asentados en el país así como de las sociedades médicas usan los servicios de comunicadores familiarizados con el tema salud para sus estrategias promocionales o la difusión de sus eventos científicos. Incluso agencias publicitarias o de consultoría subcontratan a su vez comunicadores especializados cuando deben asumir clientes de esta área.

Por lo demás, la comunicación para la salud no aparece vinculada -en términos de formación o de políticas de comunicación- con la medicina, con la gestión sanitaria o con la gestión pública. Esta situación de falencia podría constituirse en una oportunidad, por cuanto evidenciaría la necesidad de crear un programa de formación de comunicadores en salud adaptado a la situación nacional. En efecto, en Venezuela es notable la falta de políticas de formación en esta área, que ha quedado en manos de un voluntarismo generalmente poco capacitado para enfrentar un desafío tan importante como lo requiere el país.

Sería particularmente relevante que nuestras universidades, una vez identificada esta demanda social, hicieran las propuestas de formación correspondientes, dada la

evidente necesidad de contar con profesionales en esta área.

El enfoque de competencias

El enfoque de competencias, alentado por las Naciones Unidas desde principios de los años 90, es una noción que ha demostrado gran utilidad para la formulación de planes y propuestas curriculares, al punto que se ha usado como insumo para las reformas educativas en importantes institutos de educación superior y universidades.

No hay una definición estándar de competencias, pero sí diferentes conceptualizaciones y clasificaciones. La Organización Internacional del Trabajo se refiere a “la construcción social de aprendizajes significativos y útiles para el desempeño productivo en una situación real de trabajo que se obtiene no solo a través de la instrucción, sino también –y en gran medida– mediante el aprendizaje por experiencia en situaciones concretas de trabajo (Cinterfor/OIT, 2004).

Los investigadores María Irigoín y Fernando Vargas proponen a su vez un concepto que aspira a totalizar: “competencia es la combinación integrada de un *saber*, un *saber hacer*, un *saber ser* y un *saber ser con los demás*; que se ponen en acción para un desempeño adecuado en un contexto dado” (Irigoín y Vargas, 2002: 47). Como puede verse, la primera noción apunta más a los procesos y la segunda a resultados.

Según Irigoín y Vargas (2002), los tres métodos más conocidos para definir competencias son: el análisis ocupacional, el análisis funcional y el análisis constructivista. El primero se enfoca en el análisis del puesto de trabajo y las tareas que deben desarrollarse, en muchos casos con miras a definir el currículum de formación. El análisis funcional se concentra en la función productiva y examina la interrelación de diversas tareas que se realizan en función de objetivos. Permite desarrollar desde currículos hasta sistemas nacionales, tanto de formación y evaluación como de certificación. Finalmente, el análisis constructivista se orienta hacia la actividad trabajo, es decir, indaga en el trabajo a partir de sus dinámicas.

El análisis funcional –el más usado y el que se aplicó para la realización de nuestro trabajo– es una técnica que permite identificar las competencias específicas de una función productiva, ya sea en un sector ocupacional, en una empresa o en todo un sector productivo o de servicios. Se concentra en analizar la relación entre el todo laboral y las partes que lo componen.

“

Para responder esas preguntas se optó por realizar un trabajo cualitativo de carácter exploratorio, que pretende aproximarse al establecimiento de competencias, habilidades y conocimientos que debería caracterizar a un comunicador en salud, con miras a contribuir a la construcción de un diseño curricular

”

Implica un proceso de desagregación que va de lo general hacia lo particular. Una vez identificado el propósito clave, será necesario interrogarse sobre qué hacer para lograr el propósito, y así sucesivamente hasta llegar al nivel en el que la función a realizar pueda ser llevada a cabo por una persona. El análisis se concentrará en los resultados y no en las fases para obtenerlos. Se expresa gráficamente a través de mapas funcionales:

Algunas experiencias realizadas en México, Brasil, Colombia y Guatemala demuestran la utilidad del análisis funcional en la elaboración de currículos de formación incluso en nivel universitario.

De hecho, la experiencia que tanto la Organización Panamericana de la Salud, el Proyecto CHANGE (un proyecto conjunto de la Academia para el Desarrollo Educativo y el Grupo Manoff, en Estados Unidos), como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), para el diseño de programas de estudio para comunicadores en salud, tiene como base metodológica el análisis funcional.

La formación de comunicadores para el cambio social y de comunicadores para la salud ha convocado a docentes, investigadores y comunicadores de todo el mundo. Con este fin se han llevado a cabo varias reuniones internacionales, como la Conferencia de

Bellagio (realizada en Italia en enero de 2002), la Conferencia de Bahía, en Brasil (junio de 2002), la Conferencia de Ica, en Perú (noviembre de 2002), a partir de la cual se desarrollaron propuestas de formación en diferentes niveles: desde cursos de capacitación para promotores en salud hasta maestrías en comunicación para la salud.

Las experiencias antes reseñadas han sido la base desde la cual se definió un mapa funcional del comunicador para la salud venezolano, así como un potencial conjunto de contenidos para un posible diseño curricular.

El comunicador en salud desde Venezuela

¿Cuáles competencias debe desarrollar un profesional que decida hacer comunicación para la salud en Venezuela? ¿Cuáles valores deberán regir su desempeño? ¿Qué conocimientos lo ayudarán a ejercer su labor?

Para responder esas preguntas se optó por realizar un trabajo cualitativo de carácter exploratorio, que pretende aproximarse al establecimiento de competencias, habilidades y conocimientos que debería caracterizar a un comunicador en salud, con miras a contribuir a la construcción de un diseño curricular.

Se recurrió a los *grupos de discusión*, técnica usada frecuentemente en investigaciones cualitativas que se basa en la noción de que los grupos son capaces de reproducir, en su interacción, parte fundamental del sentido que se construye en la sociedad de la que son parte. La indagación se hizo a partir de un *estudio Delfos* y luego mediante un *grupo de trabajo*.

Perfil previo del Comunicador para la salud

El perfil general validado por los expertos que finalizaron la consulta Delfos fue el siguiente:

Características generales

Es un profesional con ética y valores marcados, líder de opinión en su área, con formación científica y humanística, en comunicación y en salud, y en comunicación para la salud en particular; debe mostrar respeto por las diferencias, la multiculturalidad, capacidad para educar, conocimiento de las condiciones locales y del ámbito comunitario, así como clara responsabilidad social, interesado en la mejora sostenible del bienestar individual y colectivo. Se trata de una persona familiarizada con mecanismos y métodos de

investigación y producción tanto de información científica como de productos biomédicos.

Desde el punto de vista comunicacional, es alguien con habilidad para trabajar en equipos, comunicarse eficazmente, y para comprender contextos y audiencias.

En cuanto a sus competencias en comunicación para la salud, se trata de un profesional especializado en el área, con manejo de diferentes formatos y estilos de comunicación, competencia para usar distintos medios de masas en lenguaje no codificado, entrenado para valorar el conocimiento científico y capacidad para diferenciarlo de lo que no es científico.

Es capaz de generar mensajes informativos motivadores de cambios positivos en los hábitos y estilos de vida de las comunidades y familias, de apoyar procesos permanentes de definición de políticas de salud, toma de decisiones y de determinar cuáles metas son factibles a través de la comunicación, así como de identificar temas y problemas de salud a partir de contextos específicos que pueden obrar sobre prácticas sociales y calidad de vida de auditorios determinados. Es alguien preocupado por la actualización disciplinar y por la discusión sobre la práctica de la comunicación para la salud.

Funciones sociales del comunicador para la salud

Informar, fundamentalmente, aunque también debe ser un mediador - articulador de procesos y códigos comunicativos, así como un educador. La información que produzca debe ser oportuna, preventiva, concientizadora, educativa, de calidad, confiable, contextualizada, analítica, plural, útil y actualizada.

Valores del comunicador para la salud

Los valores fundamentales del comunicador para la salud son la responsabilidad social, la ética y la capacidad de trabajo en equipo.

Actividades del comunicador para la salud

El comunicador en salud debe estar en condiciones de desarrollar habilidades complejas de comunicación, mantenerse actualizado a través de revistas biomédicas y de bases de datos, conocer y manejar fuentes de información institucional de estadísticas sanitarias (nacionales e internacionales), vincularse con sociedades científicas

“

El comunicador en salud debe estar en condiciones de desarrollar habilidades complejas de comunicación, mantenerse actualizado a través de revistas biomédicas y de bases de datos, conocer y manejar fuentes de información institucional de estadísticas sanitarias (nacionales e internacionales)

”

nacionales e internacionales, reflexionar sobre mensajes comunicacionales, modelos y prácticas de salud.

Además, deberá diseñar y ejecutar estrategias comunicacionales para todas las audiencias necesarias, definir y producir contenidos comunicacionales (ya sean divulgativos, periodísticos, producciones audiovisuales, electrónicas o multimedia), generar bases de datos de fuentes fiables, planificar, coordinar y ejecutar actividades comunicativas en entes públicos y privados, vincularse y trabajar en equipo con profesionales de los medios de comunicación social, desarrollar prácticas de comunicación organizacional y consultorías de comunicación, formar a comunidades organizadas en materia de comunicación, actuar como mediador-articulador entre comunidades y grandes públicos y entre diversos lenguajes, códigos y sistemas de comunicación. En el ámbito más específico del periodismo en salud, deberá ser capaz de hacer reporterismo y periodismo de investigación.

La visión del grupo de trabajo

Una vez convenidos estos resultados, se procedió a estructurar la otra consulta grupal, que realizaría un análisis funcional de la

comunicación para la salud usando como insumo base el perfil general desarrollado por los expertos del Delfos.

En el espacio elegido para la realización de la sesión de grupo de trabajo, se plantearon las interrogantes básicas -según Irigoin y Vargas (2002)- para la realización del análisis funcional:

- ¿Cuál es el propósito de un comunicador en Salud? (para definir el propósito clave)
- ¿Qué debe hacer principalmente un comunicador en salud? (para establecer las funciones clave)
- ¿Cuáles son las funciones básicas que debe realizar un comunicador en salud? (para determinar las unidades de competencia)

Luego de un debate reflexivo se identificó el propósito clave (el cual “describe lo que es necesario lograr; se centra en mostrar el resultado de la actividad productiva bajo análisis”) y las funciones clave (“qué hay que hacer para lograr este propósito”) del comunicador para la salud. Las unidades de competencia fueron validadas por Internet. El propósito clave del comunicador para la salud en Venezuela es: *Desarrollar procesos sistemáticos de comunicación que contribuyan a promover sociedades saludables.*

Funciones clave y funciones básicas

Las funciones clave y las funciones básicas (o unidades de competencia) se desagregaron de la siguiente manera:

A.-Producir discursos sobre salud que contribuyan a construir contextos y referentes comunes y significativos para las distintas audiencias

A.1.-Actuar como mediador-articulador entre comunidades, grupos y grandes públicos, y entre diversos lenguajes, códigos y sistemas de comunicación.

A.2.-Identificar temas y problemas de salud a partir de contextos específicos que pueden obrar sobre prácticas sociales y calidad de vida de auditorios determinados.

A.3.-Diseñar y ejecutar estrategias comunicacionales diferenciadas según las necesidades y características de las distintas audiencias.

A.4.-Diseñar y producir contenidos comunicacionales (ya sean divulgativos,

periodísticos, producciones audiovisuales, electrónicas o multimedia), que generen motivación, emoción y reflexión sobre salud.

B.-Desarrollar estrategias de articulación /mediación entre los distintos actores sociales para promover conductas saludables

B.1.-Promover el diseño y la ejecución de estrategias de comunicación para lograr consenso, diálogo y negociación de los involucrados en los distintos procesos de intervención en salud

B.2.-Producir estrategias de comunicación que faciliten la participación –en rol principal- de las comunidades en los procesos de diagnóstico, diseño, gestión, seguimiento y evaluación de las intervenciones en salud.

B.3.-Ofrecer herramientas sobre comunicación para la salud a comunidades y grupos organizados.

C.-Desarrollar conocimientos y actitudes críticas y éticas frente a la información y los procesos de salud

C.1.-Identificar e interactuar responsablemente con fuentes pertinentes y confiables, sobre los distintos ángulos y puntos de vista en torno a los procesos de salud.

C.2.-Conocer y manejar sistemáticamente fuentes de información científica e institucional (nacionales e internacionales), así como bases de datos de origen confiable

C.3.-Valorar el conocimiento científico y desarrollar la capacidad para diferenciarlo de lo que no es científico.

D.-Fomentar el seguimiento y la evaluación de los procesos y de las prácticas de salud y de comunicación en salud

D.1.-Hacer seguimiento de los procesos tanto de comunicación como de práctica sanitaria generando indicadores que permitan observar, revisar y evaluar los resultados.

D.2.-Promover la difusión de los resultados de la evaluación de los procesos de comunicación y de las intervenciones en salud

D.3.-Fomentar la familiarización entre los distintos actores involucrados en las prácticas de intervención sanitaria y de comunicación de distintos métodos de evaluación de procesos

E.-Articular, entre la sociedad y el Estado,

“

Vale la pena recordar que un solo comunicador no necesariamente debe manejar todas estas competencias (aunque debe tener nociones de los elementos que permiten desarrollarlas)

”

el diseño y la ejecución de políticas públicas y de comunicación para la salud.

E.1.-Promover el diseño y la ejecución de políticas nacionales, regionales y locales de comunicación para la salud.

E.2.-Apoyar procesos permanentes de definición de políticas de salud, de toma de decisiones y de determinación de metas factibles a través de la comunicación.

E.3.-Aplicar estrategias de comunicación y de negociación para colocar en la agenda pública los temas de salud

E.4.-Favorecer la discusión pública responsable y equilibrada para promover y evaluar políticas de salud.

E.5.-Planificar, coordinar y ejecutar actividades comunicativas y de negociación en entes públicos y privados para facilitar acuerdos que hagan factible el desarrollo de políticas en salud y comunicación.

F.-Promover el respeto por la diversidad y el reconocimiento del otro en la comunicación para la salud

F.1.-Desarrollar estrategias de comunicación para promover una cultura de paz y de respeto a las diferencias culturales, religiosas, étnicas, sexuales y sociales de las distintas personas, grupos

y comunidades que interactúan en los procesos de salud.

F.2.-Identificar los distintos elementos culturales que median la apropiación entre los colectivos de los procesos o prácticas de salud y diseñar discursos acordes con ellas.

F.3.-Desarrollar estrategias de comunicación para fomentar el reconocimiento de valores, capacidades y logros de las distintas personas, grupos y comunidades que interactúan en los procesos de salud.

G.-Evaluar, proponer cambios y utilizar eficazmente los medios de comunicación para promover sociedades saludables

G.1.-Establecer métodos que permitan conocer detalladamente las características, alcance e impacto de los distintos medios de comunicación en las audiencias que participarán en los procesos de comunicación en salud.

G.2.-Analizar las características de la información sobre salud difundida a través de los distintos medios y proponer formas novedosas de presentación.

G.3.-Vincularse y trabajar en equipo con profesionales de los medios de comunicación social.

G.4.-Promover y facilitar la actualización profesional de los comunicadores en salud que laboran en instancias públicas y privadas.

Vale la pena recordar que un solo comunicador no necesariamente debe manejar todas estas competencias (aunque debe tener nociones de los elementos que permiten desarrollarlas), como bien lo ha aclarado la experta en competencias María Irigoín:

Un mapa funcional no representa lo que una persona debe saber y poder hacer, sino el campo en su totalidad. En el caso del mapa funcional de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, es posible que una persona no esté en capacidad de saber o realizar todo lo que aquel contiene. Sin embargo, la situación ideal es que una organización cuente con personal, voluntarios o contratistas que conjuntamente puedan realizar todas las competencias que identifica el mapa (Irigoín et al, 2002:10).

En Venezuela, la comunicación para la salud ha encontrado espacios laborales en: a) los medios de comunicación (impresos, audiovisuales o electrónicos), sobre todo desde una perspectiva informativa/ divulgativa; b) la centros de investiga-

ción, universidades, instituciones públicas y centros de asistencia privados, en tanto comunicación organizacional/ información/ divulgación; c) los laboratorios, agencias de publicidad y grupos de consultoría, en cuanto a persuadir, promover, y d) las organizaciones no gubernamentales, en funciones de mediación/articulación/ promoción de la salud. Esta área parece estar en proceso de crecimiento.

Probablemente algunas competencias serían principalmente desarrolladas por quienes tengan orientación específica por determinadas áreas. Por ejemplo, los más interesados en la información/divulgación probablemente se enfocarán en las competencias enunciadas en las funciones A, C y F; los que trabajen en ONG's quizás se encaucen hacia las competencias de las funciones B, D, E y F, por citar algunas posibilidades. Lo importante será que en las organizaciones haya comunicadores capaces de desarrollar todas las funciones antes descritas.

Las competencias que el grupo de expertos consultados consideró determinantes para el ejercicio de la comunicación en salud, conjuntamente con los resultados del Delfos, permitieron construir el conjunto de competencias, habilidades y conocimientos que debe desarrollar un comunicador para la salud en el contexto venezolano y que son las siguientes:

Habilidades fundamentales

- Comunicar eficazmente
- Comprender contextos y audiencias (respetando diferencias culturales y sociales)
- Manejar formatos y estilos de comunicación
- Analizar las diferentes situaciones comunicativas y de salud
- Identificar temas y problemas de salud para cambiar prácticas sociales
- Trabajar en equipo
- Usar métodos y recursos participativos,
- Relacionarse sin prejuicios
- Motivar, movilizar a las personas
- Coordinar tareas, planificar, organizar
- Investigar y evaluar

“

Reconocer la comunicación para la salud como proceso de aprendizaje social en el que todos los involucrados aprenden en una relación dialógica, y se eluden las relaciones de poder (un emisor que conoce y una audiencia que ignora) es otro aprendizaje importante

”

Conocimientos

- Teorías y práctica de la comunicación
- Teorías del desarrollo social
- Sociología de la comunicación
- Psicología de la comunicación
- Situación sanitaria de Venezuela
- Legislación y políticas en salud
- Nuevas tecnologías de información
- Métodos cuantitativos y cualitativos de análisis y recolección de datos
- Trabajo en equipo
- Estudios del discurso aplicados al área divulgativa
- Desarrollo comunitario
- Producción de contenidos audiovisuales y electrónicos
- Sociología de la comunicación
- Psicología de la comunicación
- Ética, bioética, valores

Los expertos han coincidido en que si se trata de profesionales del ámbito comunicacional deberían formarse más específicamente en materia de salud, pero si proceden del área de salud deberían adquirir habilidades de la esfera comunicacional. Eso hace pensar en la necesidad de un curso de nivelación previo al postgrado, que permitiera establecer criterios comunes de referencia. De esta manera, los contenidos del postgrado podrían ser más específicos de la comunicación en salud propiamente.

A partir del mapa funcional y específicamente de las unidades de competencia y las tareas, será posible desarrollar en el futuro un diseño curricular basado en competencias, que suele establecerse en forma de módulos de aprendizaje.

A manera de conclusiones

Algunas de las enseñanzas de este proceso que, creemos, vale la pena asentar son los siguientes:

Resulta obligante revisar los marcos desde los cuales trabaja el comunicador para la salud, y parece necesario moverse, como propone Cees Hammelink, del paradigma de la transmisión al paradigma de la interacción (Hammelink, 2005), lo cual también implicaría un comunicador capaz de usar el diálogo como práctica de trabajo y de vida. Otro desafío es usar las nuevas tecnologías de la información para propiciar encuentros y formas novedosas de educación y construcción común de sentidos.

Se impone la necesidad de asumir que la comunicación para la salud está inserta en prácticas culturales híbridas, en las que operan múltiples mediaciones. Darle espacio a una construcción común en la que se reconozca el papel protagónico de diferentes actores, particularmente de las comunidades involucradas, será fundamental para comunicar y para compartir salud, y sobre todo, para hacer comprender la enorme dimensión ciudadana que tiene la salud (como derecho y como responsabilidad).

Reconocer la comunicación para la salud como proceso de aprendizaje social en el que todos los involucrados aprenden en una relación dialógica, y se eluden las relaciones de poder (un emisor que conoce y una audiencia que ignora) es otro aprendizaje importante. Ello implica partir de una perspectiva compleja en que la comunicación se relacione con diferentes disciplinas, pero también con los llamados “saberes vulgares” o de sentido co-

mún, imprescindibles para entender a las audiencias.

Y comenzar a pensar la comunicación desde la perspectiva de la promoción de la salud, y más específicamente con la intención de proponer una cultura de la calidad de vida, es otra reflexión que valdrá la pena plantearse en los próximos tiempos.

Ahora bien, esto obliga a formar profesionales con una perspectiva comunicacional más amplia, capaces de darles nuevos significados a las formas tradicionales de comunicación para la salud, con habilidades y competencias que le permitan relacionarse con diferentes actores, disciplinas, modelos, estrategias y criterios, así como a ponerlos al servicio de la gente para que ésta, libremente, decida sus prioridades en materia de salud y de cambios.

Y justamente, una de las fallas detectadas por los investigadores de diferentes países es la carencia de espacios académicos donde formar este profesional, por lo que ésta se constituye en una de las tareas urgentes en los próximos tiempos.

En el caso específico de Venezuela, no hay políticas de formación en esta área, que ha quedado en manos de un voluntarismo no profesionalizado y en general poco capacitado para enfrentar los desafíos que plantea la comunicación para la salud. Ésta, se sigue asociando con el periodismo (a lo sumo el periodismo científico o de salud), las relaciones públicas o las prácticas publicitarias. Es, como hemos dicho antes, una práctica en situación de orfandad.

Sin embargo, es un espacio de trabajo desaprovechado: bastaría con pensar en las más de 2.400 instituciones que ofrecen servicios en salud y que pertenecen tanto al sector público como al privado, sin contar con instituciones académicas y hasta medios de comunicación social que podrían emplear a estos profesionales.

El enfoque de las competencias parece un punto de partida útil para la construcción de propuestas curriculares orientadas a la comunicación en salud.

Sobre la base de este enfoque, la investigación determinó una serie de competencias que prefiguran un comunicador que tiene como eje la promoción de so-

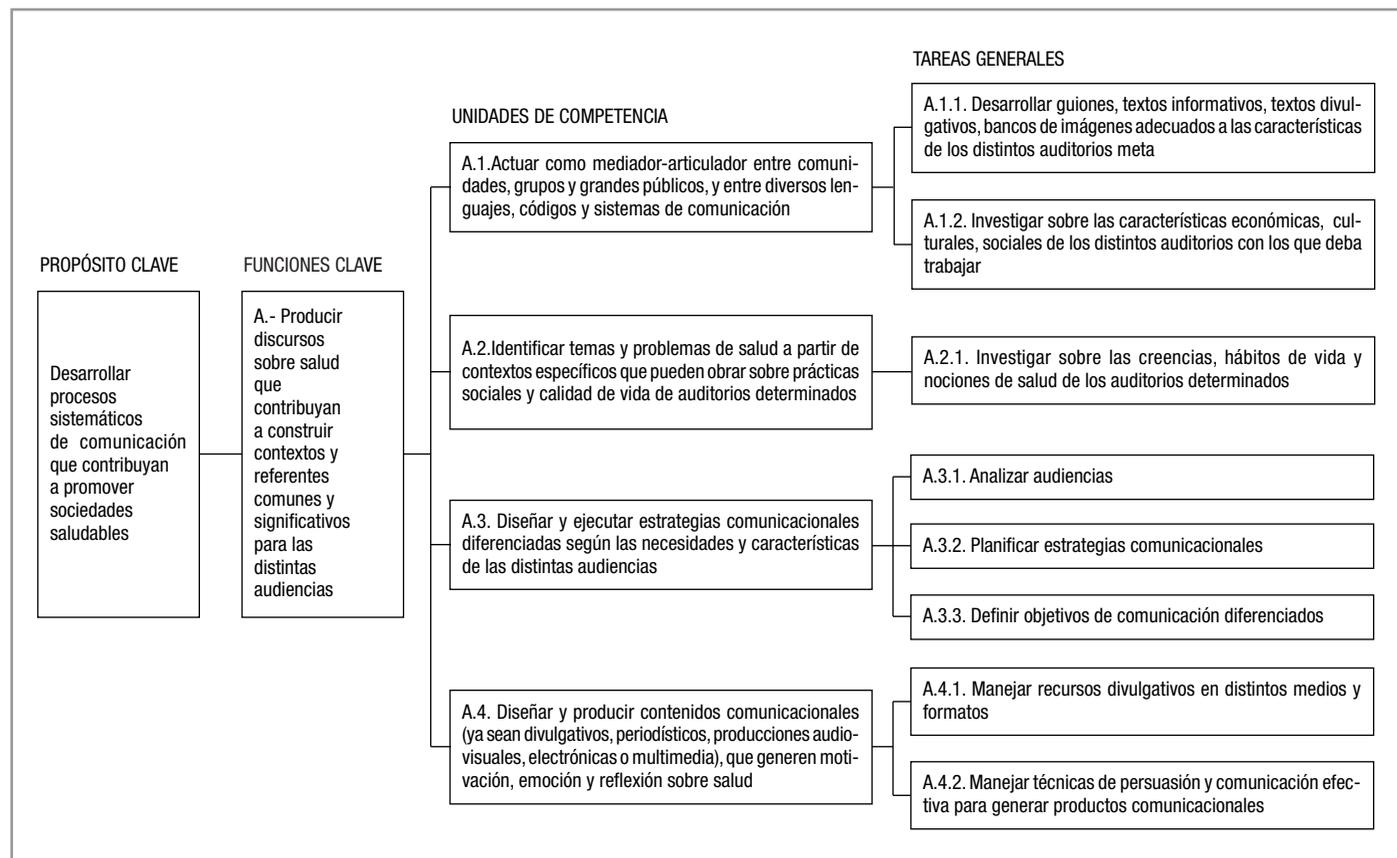
ciudades saludables a través de la comunicación.

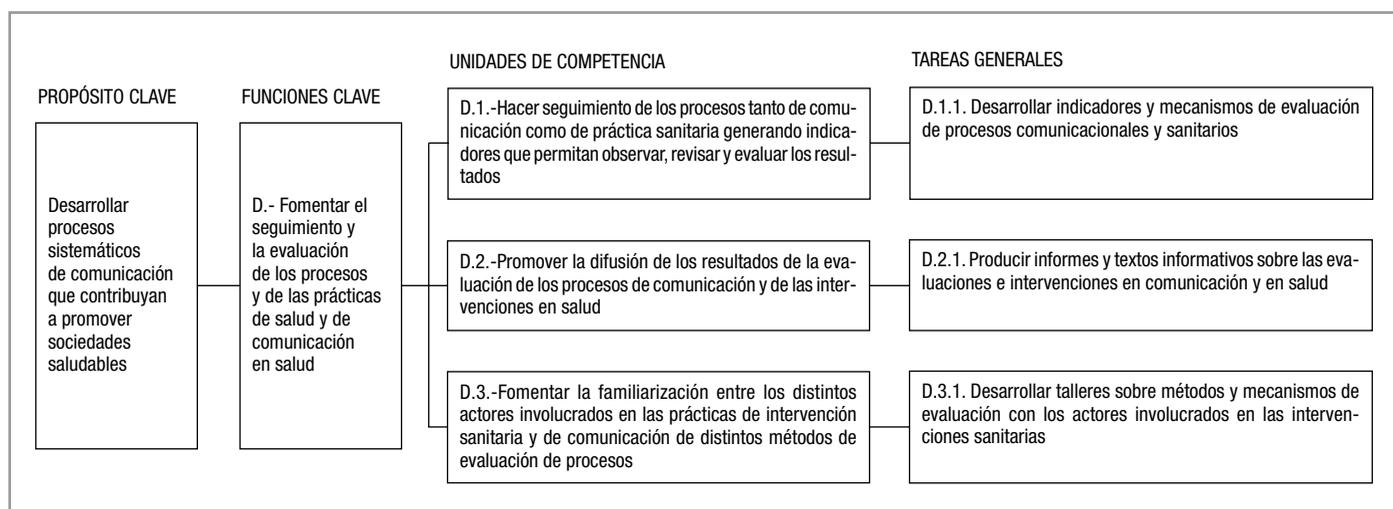
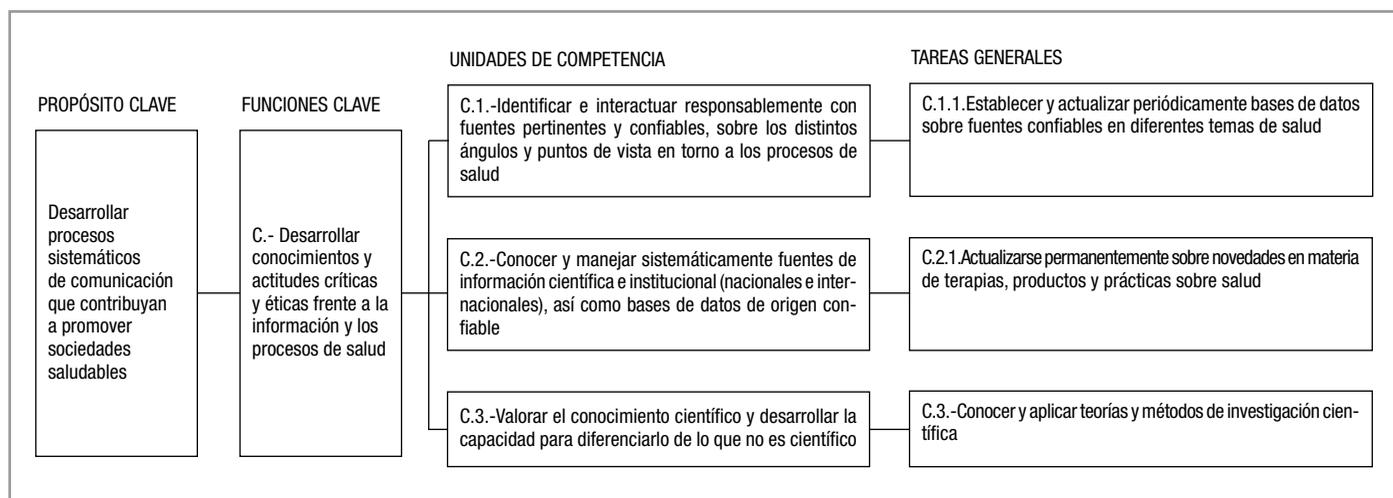
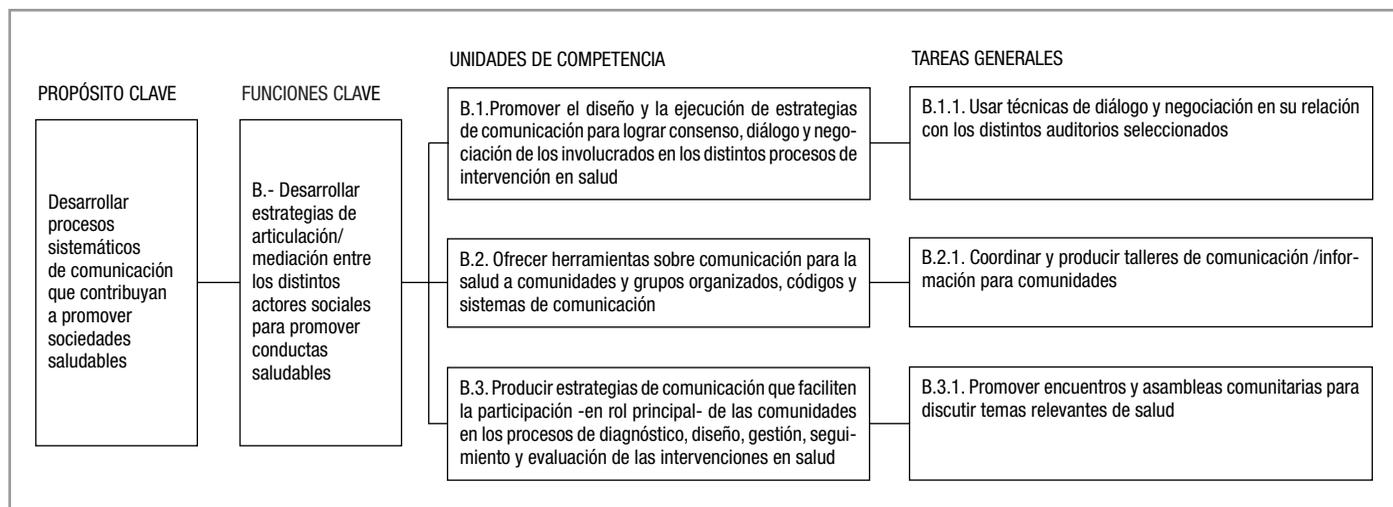
Fue caracterizado como un articulador de lenguajes, de procesos, capaz de interactuar respetuosamente con actores muy diferentes, de hacer seguimiento y evaluación de los procesos en que esté involucrado, de trabajar en la mediación entre Estado y sociedad para impulsar el diseño y la ejecución de políticas públicas, así como en la promoción del respeto por la diversidad y las diferencias.

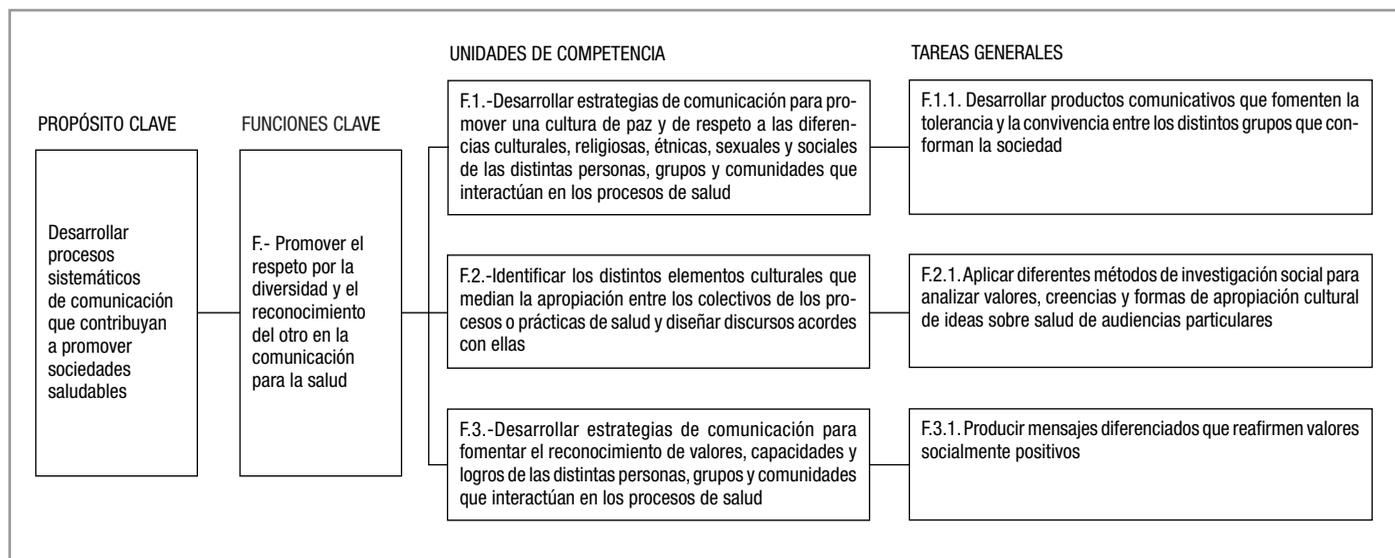
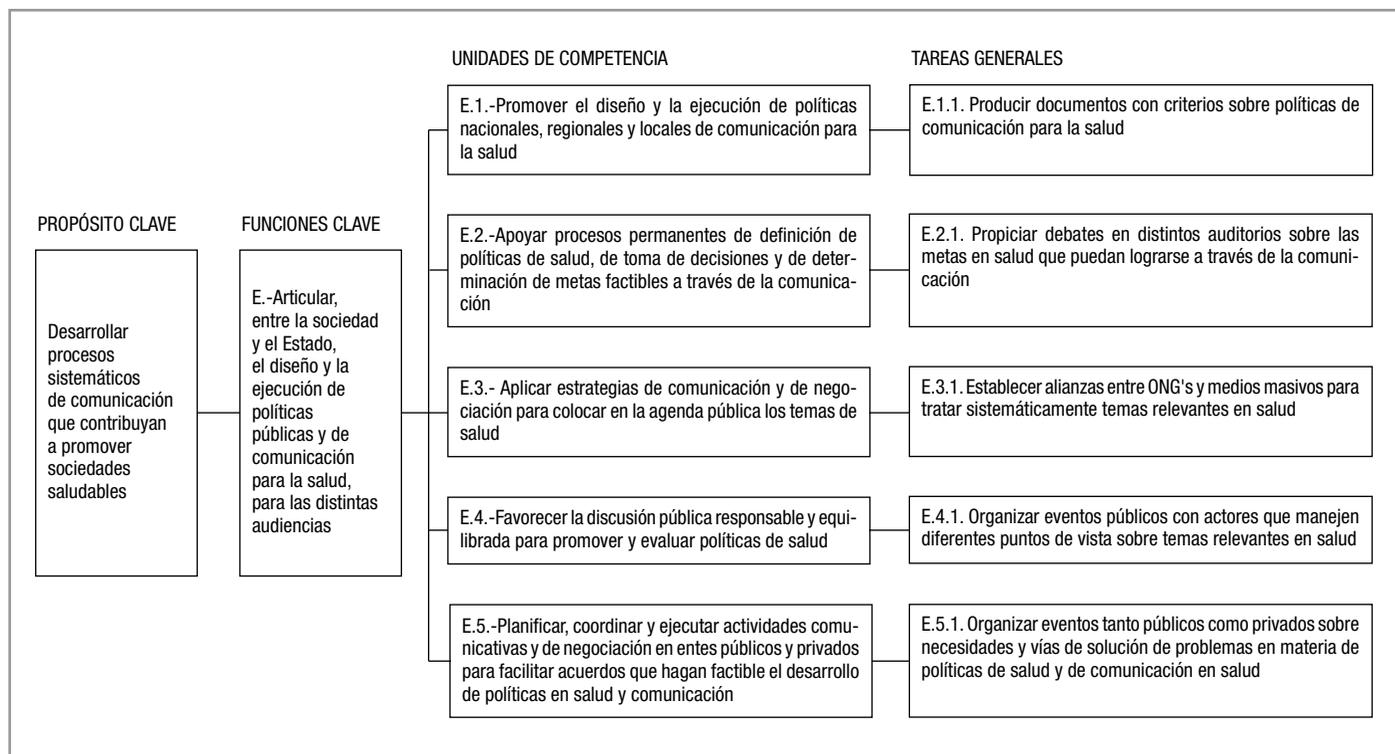
Este visión profesional se encuentra enmarcada dentro de los aprendizajes y desafíos planteados en el continente en cuanto a las funciones del comunicador para el cambio social y específicamente el comunicador para la salud.

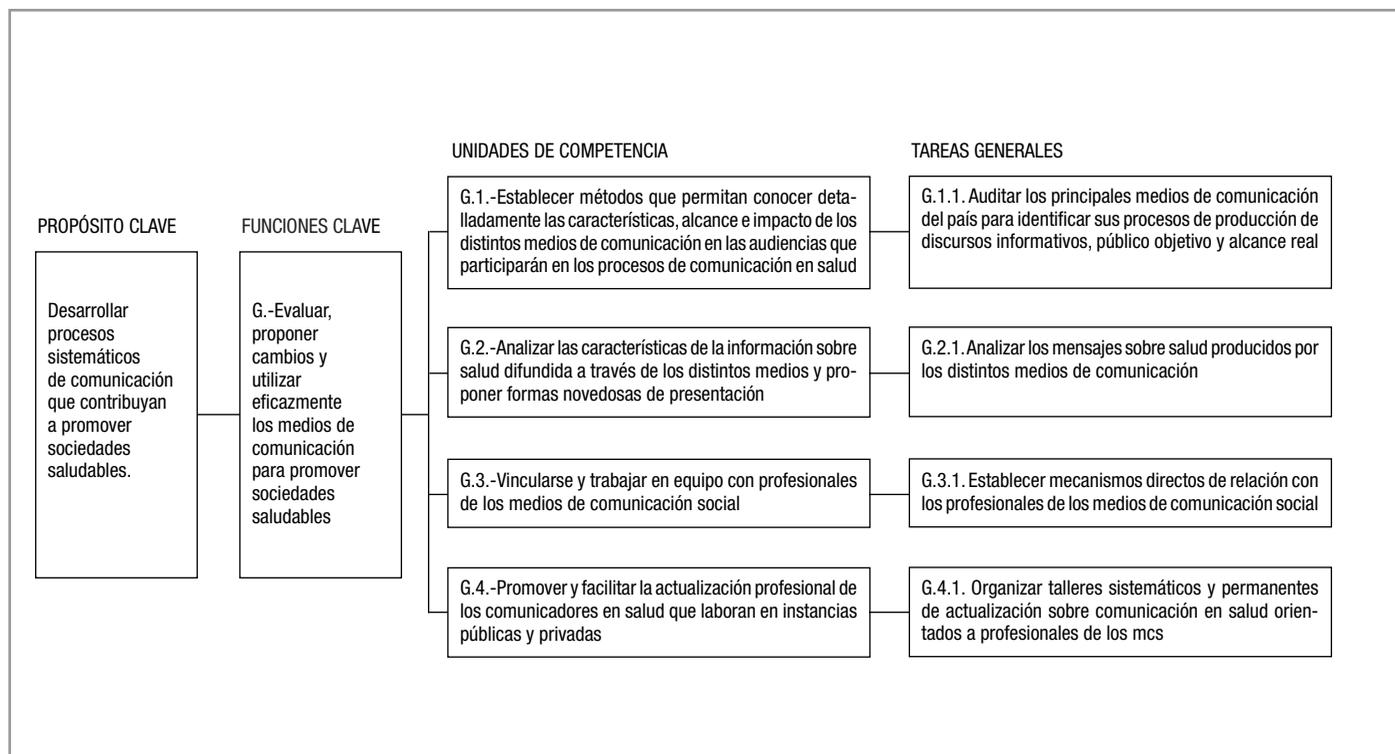
■ **Acianela Montes de Oca es comunicadora social con amplia experiencia en el área de salud. Jefa del Departamento de Periodismo de la Escuela de Comunicación social de la UCAB. El presente documento es una síntesis de su trabajo de ascenso.**

MAPA FUNCIONAL DE LA COMUNICACIÓN PARA LA SALUD EN VENEZUELA



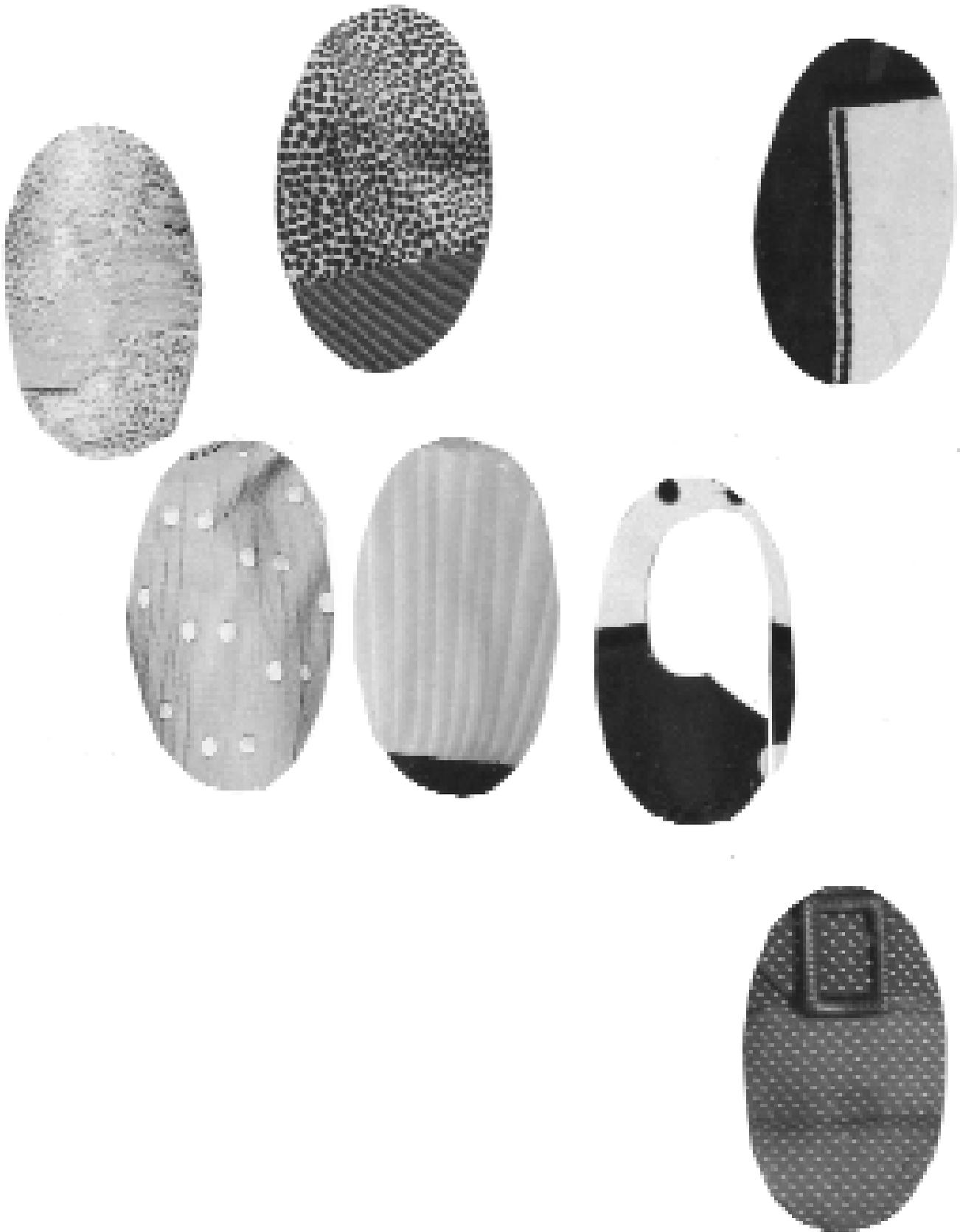






Referencias

- Alfaro, Rosa María (2004) “Culturas populares y comunicación participativa”, en *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos*. Segundo Trimestre, N° 126. Caracas, pp.12-20.
- Alfaro, Rosa M. (2004) *Desencuentros Comunicativos en Salud*. Consorcio de Universidades del Perú – Proyecto CHANGE. Lima, Perú. En <http://www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/pensamiento2004/pensamiento-18.html>
- Castro, Alicia et al. (2003) *Comunicación en Salud: Lecciones Aprendidas y Desafíos en el Desarrollo Curricular*. Organización Panamericana de la Salud- Proyecto CHANGE. En http://www.comminit.com/la/downloads/Lecciones_Aprendidas.pdf. Recuperado el 19 de abril de 2005
- Cinterfor/OIT (2004) *Conceptos básicos sobre competencia laboral*. En <http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/complab/xxx/esp/xxxviii.htm>. Recuperado el 10 de diciembre de 2005
- Coe, Gloria (1998). *Comunicación Social y Salud de los Trabajadores*. Caracas: Mimeo
- Gumucio, Alfonso (2005) *Comunicación para el cambio social: El Nuevo Comunicador*. En Infoamérica. <http://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio6.htm>. Recuperado el 2 de mayo de 2005
- Hamelink, Cees (2005) “De la integración e identidad a la colaboración y autonomía”. En *Sala de Prensa*. N° 84. año VI, Vol. 3. <http://www.sala-deprensa.org>. Recuperado el 2 de mayo de 2005.
- Healthcom (1995) *Herramientas para desarrollar destrezas en comunicación para la salud*. Washington (Mimeo).
- Irigoin, M.; Vargas, F. (2002) *Competencia laboral: manual de conceptos, métodos y aplicaciones en el sector salud*. Cinterfor- OIT- OPS. Montevideo. En <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/catalogo/autor/irigo.htm>. Recuperado el 16 de diciembre de 2005
- Irigoin, María et al. (2002). *Mapa de competencias de la comunicación para el desarrollo y el cambio social: Conocimientos, habilidades y actitudes en acción*. CHANGE Project- USAID. Washington. En www.changeproject.org/pubs/competenciesreport_sp.pdf. Recuperado el 18 de marzo de 2005
- Organización Mundial de la Salud (2004) *Informe sobre la salud en el mundo 2004: cambiamos el rumbo de la historia*. En <http://www.who.int> Recuperado el 10 de Noviembre de 2005
- Roeder, Estela (2004) *Desarrollo de capacidades en comunicación para la salud: ¿desde dónde ubicar los nuevos paradigmas?* Consorcio de Universidades del Perú – Proyecto CHANGE. Lima, Perú. En <http://www.comminit.com/la/teoriasdecambio/teorias2004/teorias-13.html>. Recuperado el 13 de octubre de 2005
- Roeder, Estela (2004) *Desarrollo de capacidades en comunicación para la salud: ¿desde dónde ubicar los nuevos paradigmas?* Consorcio de Universidades del Perú – Proyecto CHANGE. Lima, Perú. En <http://www.comminit.com/la/teoriasdecambio/teorias2004/teorias-13.html>. Recuperado el 13 de octubre de 2005
- Serrano, Carmen R (2003). *Estrategias de cooperación con los países. Informe de situación sobre desarrollo de recursos humanos en salud*. OPS-OMS. En http://www.ops-oms.org.ve/site/venezuela/docs/Recursos_Humanos.doc. Recuperado el 3 de Enero de 2006
- Uranga, W, Femia,G y Díaz, H (2002) *Acerca de la práctica social de los comunicadores. Consideraciones teóricas, metodológicas y políticas. Una mirada sobre comunicación y salud*, ponencia presentada en el II Congreso Nacional de Comunicación y Salud, La Paz, 28 al 30 de octubre de 2002. En [www.cpcbol.org/ Archivo %20-PDF/ Washin% 20Uranga.pdf](http://www.cpcbol.org/Archivo%20-PDF/Washin%20Uranga.pdf). Recuperado el 13 de octubre de 2005
- Wallack, L (1990) *Dos métodos para promover la salud en los medios de comunicación social*. California. Foro Mundial de la Salud. Mimeo.



El perfil profesional de los periodistas económicos

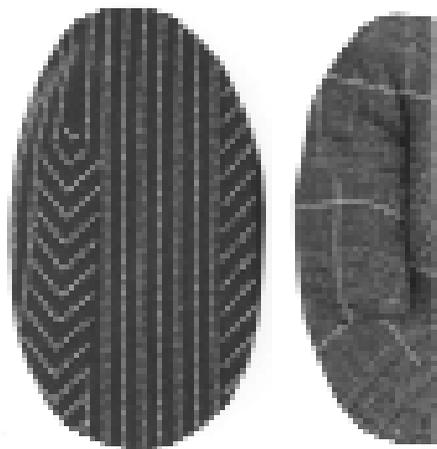
El presente artículo resume una investigación realizada como tesis de licenciatura en la Universidad Monte Ávila, para generar, desde una base empírica, elementos para la definición del perfil profesional de los periodistas especializados laboralmente en la fuente económica, a partir de un estudio de opinión con una muestra de 28 periodistas de cinco diarios de Caracas

■ **Eduardo Méndez Sánchez**

Para elaborar un estudio sobre las actitudes profesionales de los periodistas que cubren un área especializada nos planteamos apoyar la investigación sobre dos pilares fundamentales: la fuente y los perfiles. En este caso, se tomaron como bases la sección económica y los trabajos previos que se han realizado a escala nacional e internacional, sobre los modelos según los cuales los reporteros ejercen su profesión.

Con respecto al área económica destacan los nombres de José Gerbasi, reportero de El Nacional en la década de los 50, y Carlos Chávez, de El Universal en los años 70, como los primeros profesionales que se aproximaron al moderno periodismo económico venezolano. El auge de la fuente fue un acontecimiento que comenzó a raíz de la crisis del modelo económico que estalló el 18 de febrero de 1983. Desde el llamado *Viernes Negro*, el staff de reporteros dedicados a la fuente aumentó por la imperante necesidad de ofrecer una mayor cobertura. Además, en los años 90 surgieron los primeros diarios orientados a enfocar las informaciones desde una perspectiva esencialmente económica, como Economía Hoy –salió del mercado en 1999- y Reporte.

Los venezolanos, acostumbrados a gozar de los beneficios que proporcionaban los petrodólares que ingresaban al país gracias a la nacionalización del petróleo, se vieron en la necesidad de buscar auxilio en la fuente económica de los rotativos, para entender qué estaba mermando su poder adquisitivo tan brusca y repentinamente. El interés de los lectores fue, en última instancia, el detonante que impulsó la expansión de un nuevo ejercicio que estaba obligado a adaptarse a la naciente época de crisis. Desde entonces, los periodistas de Economía se esforzaron por dirigir sus trabajos al



gran público: las amas de casa, los trabajadores y los estudiantes.

El segundo soporte lo constituyen los estudios que se han realizado sobre perfiles profesionales. La profesora de la Universidad de Salamanca, María Luisa Humanes (2003), asegura que el estudio de Johnstone, Slawski y Bowman es el que más influencia ha tenido en las investigaciones posteriores sobre modelos vocacionales. Las conclusiones de estos tres especialistas revelaron la existencia de los periodistas participantes y objetivos.

En 1982, los estadounidenses Weaver y Wilhoit se propusieron a construir una clasificación más detallada y específica de los perfiles profesionales. Para ello elaboraron una encuesta que les permitiría llegar a conclusiones más agudas, a partir de los métodos aplicados por sus antecesores. Los investigadores clasificaron a los periodistas en adversarios e intérpretes. En 1992 retomaron su investigación y, después de su análisis, revelaron la existencia del difusor. En 1997 los profesores españoles María José Canel y José Javier Sánchez Aranda le agregaron el abogado a los tres modelos que Weaver y Wilhoit habían descubierto 15 años antes.

Desde Venezuela también se han emprendido investigaciones relacionadas con el estudio de los perfiles profesionales. Jesús María Aguirre descubrió nueve figuras vocacionales a las que pueden acceder los egresados de las escuelas de Comunicación Social. En su obra: *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela* (1998), el autor no sólo consultó a quienes trabajaban en las salas de redacción, sino que abordó a aquellos que laboran en las áreas de audiovisual, publicidad, digital y docente.

Bases para el estudio

El propósito que nos establecimos para esta investigación se distanció levemente del que sustentó al estudio de Aguirre sobre la estructuración de la identidad profesional del comunicador social, para desarrollar un tema que gira en torno del periodismo económico. El objetivo planteado fue conocer cuál es el perfil de los periodistas que trabajan en las salas de redacción de Economía de los diarios editados en Caracas, tomando como base las investigaciones que se han publicado anteriormente sobre las figuras vocacionales.

Para elaborar esta investigación se rescatan algunos de los ítems que utilizaron

“

El interés de los lectores fue, en última instancia, el detonante que impulsó la expansión de un nuevo ejercicio que estaba obligado a adaptarse a la naciente época de crisis. Desde entonces, los periodistas de Economía se esforzaron por dirigir sus trabajos al gran público: las amas de casa, los trabajadores y los estudiantes

”

Weaver y Wilhoit en su trabajo de 1972. Así, la escala de categorías quedó establecida de la siguiente manera: (1) ofrecer información al público lo más rápido posible; (2) descartar los hechos no verificables; (3) concentrarse en las noticias que son de interés para la audiencia más amplia; (4) analizar e interpretar los problemas complejos; (5) discutir sobre la política económica oficial; (6) investigar las afirmaciones y declaraciones del gobierno; (7) ser adversario de los sectores económicos privados como gremios y asociaciones; (8) ser adversario de la política económica oficial; (9) dar a los ciudadanos oportunidad de expresarse; (10) identificarse con la política económica liberal; (11) identificarse con un sistema económico controlado por el Estado.

Estas categorías sirvieron para determinar si los periodistas que cubren Economía en los diarios del área metropolitana son: neutrales (1, 2, 3), participantes en cuanto a la comprensibilidad que confieren a las informaciones (4, 5), críticos de los factores de poder (6, 7, 8), movilizadores (9) y militantes de alguna ideología político-económica (10, 11).

La profesora de Sociología de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, María José Canel, afirmó que desconoce sobre la existencia de libros espe-

cializados en los perfiles profesionales de los periodistas económicos. Por su parte, Jesús María Aguirre indicó que no le consta que en Venezuela se hayan realizado estudios previos sobre los modelos profesionales de los reporteros que cubren Economía. Consideramos que las afirmaciones de ambos profesores constituyen una justificación importante para emprender esta investigación.

La metodología utilizada fue una encuesta de 31 preguntas aplicada a los periodistas de los diarios: El Mundo, El Nacional, El Universal, Reporte, Tal Cual y Últimas Noticias. El universo está constituido por 28 profesionales, de los cuales 25 respondieron el cuestionario. Una parte significativa de las interrogantes que se les hicieron a los periodistas estuvo inspirada en el instrumento que empleó Aguirre para su estudio de 1998.

¿Quiénes cubren Economía?

Luego del análisis de los resultados obtenidos en el proceso de consulta se observa un predominio notable del sexo femenino sobre el masculino. Asimismo, destaca el peso de los periodistas jóvenes, sobre todo de aquellos cuyas edades oscilan entre 25 y 35 años. La mayoría del grupo cuenta con entre 11 y 15 años de experiencia en el periodismo, pero no supera los 10 años en la cobertura de la fuente económica. La minoría está constituida por los veteranos que tienen más de 15 años en el área.

En materia educativa, los redactores fueron especialmente críticos cuando calificaron la formación académica que recibieron sobre Economía y la cobertura de la fuente, independientemente de la universidad de la cual hayan egresado. En ese sentido, coinciden en que las bases para ejercer un periodismo económico de calidad están en la preparación de las nuevas generaciones de reporteros. Por tanto, recomiendan a las escuelas impartir una formación más profunda en esa área y aumentar la oferta de postgrados y especializaciones.

No obstante, las instituciones académicas que estén dispuestas a ofrecer estudios superiores en esta materia deben considerar que en Caracas actualmente el universo de periodistas está constituido por 28 profesionales, lo cual, a simple vista, da a entender que puede resultar un proyecto inviable y poco rentable. Por otro lado se debe tomar en cuenta lo limitado de la fuente económica debido a la existencia de pocos diarios especializados en esa área.

Más de la mitad de los redactores de la fuente económica obtuvo la licenciatura en la mención de impreso, lo cual da la idea de que trabajan en un diario porque así lo han querido siempre. Aun cuando la disposición de los encuestados a estudiar un postgrado fue baja, la inquietud por asistir a seminarios gratuitos relacionados con el periodismo especializado resultó significativa.

Las informaciones que cuentan con más cobertura dentro de la fuente son: banca y finanzas, agricultura, tierras, vivienda e hidrocarburos. Los periodistas trabajan entre 8 y 10 horas diarias, y el salario que devengan mensualmente oscila entre 1,2 millones de bolívares (\$558,13) y 1,5 millones de bolívares (\$607,67). La canasta básica se ubica actualmente en 1,76 millones de bolívares.

El motivo por el cual los profesionales decidieron trabajar en Economía responde en primer lugar a sus aspiraciones propias, seguido por la necesidad que tenían de comenzar a ejercer la profesión. Aun cuando los periodistas admiten tener mucha libertad en su lugar de trabajo, manifiestan inconformidad debido a los escasos beneficios económicos que se les ofrecen. Esta es la razón por la cual la mayoría ha pensado varias veces en abandonar la carrera. Sin embargo, a la hora de trazarse objetivos, afirman que se sienten motivados por el hecho de publicar un buen trabajo.

Profesionales pluralistas

Los reporteros de la fuente económica no ejercen su labor de acuerdo con un único y específico modelo profesional, debido a que, como ha sido la constante en trabajos anteriores, los perfiles profesionales no son excluyentes. La manera de afrontar sus obligaciones depende, en gran medida, de las características de la información que deban publicar en un momento dado, la línea editorial del medio y los datos de la noticia.

No obstante, es importante destacar que aunque los periodistas se perciben a sí mismos como difusores de la información y servidores públicos, se observa en ellos una disposición notable a ser *participantes*, a fin de que las informaciones técnicas sean fáciles de comprender para un mayor número de personas.

En este sentido, la mayoría del conjunto afirmó que las tres exigencias operacionales que deben manejar los reporteros económicos son: analizar e interpretar datos, redactar en forma clara y saber difundir información especializada. Más adelante, refuerzan esta idea al señalar que todo plan-

“

El motivo por el cual los profesionales decidieron trabajar en Economía responde en primer lugar a sus aspiraciones propias, seguido por la necesidad que tenían de comenzar a ejercer la profesión. Aun cuando los periodistas admiten tener mucha libertad en su lugar de trabajo, manifiestan inconformidad debido a los escasos beneficios económicos que se les ofrecen

”

teamiento técnico debe estar acompañado de una explicación por parte del reportero.

Sin embargo, las inclinaciones más claras apuntan a un periodista *neutral*. Esto se pone de manifiesto cuando 88% afirma que los datos de la noticia son los elementos más influyentes a la hora de enfocar una información; por encima de la ideología política y la línea editorial. La mayoría indicó que toda información que no haya sido verificada debe ser eliminada. Además, de acuerdo con los otros ítems de este perfil, los reporteros opinaron que informar, comunicar los problemas y ser el primero en dar la noticia son aspectos de “muchísima” importancia en la profesión.

Los redactores de Economía asumen la postura de *críticos* ante las informaciones emitidas por los organismos del Estado. Así queda demostrado cuando 95,6% de los profesionales responde que es necesario investigar a fondo las declaraciones de los voceros gubernamentales para llegar a la verdad. Sin embargo, es importante aclarar que ninguno desconfía inmediatamente de esas informaciones. Un aspecto que refuerza la tendencia al periodista *neutral* se evidencia cuando 44% indica que le preocupa más el hecho de adaptar las noticias oficiales al tiempo y espacio del que dispone, que contrastarla con fuentes privadas.

No obstante, se nota claramente que los periodistas están en desacuerdo con la política intervencionista que ha impulsado el Gobierno en materia económica. A esto se une el rechazo de la mayoría hacia los controles de precio, de cambio y de tasas de interés establecidos por el Estado.

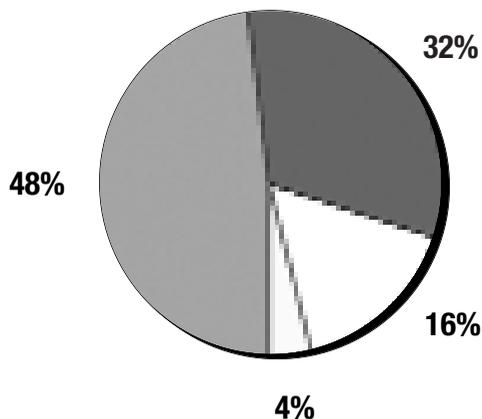
Los periodistas no se exhiben como militantes de ningún partido, pero la mayoría defiende abiertamente los principios de las libertades económicas y de información. Cuando se le preguntó directamente sobre su tendencia ideológica, el conjunto mostró inclinación hacia los planteamientos de la centro-izquierda. Cuatro de cada cinco están en contra de que las autoridades controlen las informaciones. Mientras que diecinueve profesionales no aceptan que los gobiernos vigilen la economía del país.

Los periodistas tienden a ser *movilizadores sociales* cuando se trata de darles espacio a los ciudadanos para que tengan la oportunidad de expresarse. Todos los redactores de la fuente coincidieron al afirmar que deben salir publicadas las opiniones de quienes resulten afectados por las decisiones que se tomen en materia económica. Asimismo, la mayoría señaló que influir en el público y promover ideas y valores son aspectos muy importantes en el ejercicio.

Finalmente, resulta imposible determinar si el grupo de reporteros que cubre Economía en los diarios caraqueños está constituido específicamente por intérpretes, críticos, neutrales, movilizadores o militantes, a partir de este estudio en el cual se tomó como objeto al periodista individual. Los resultados arrojados por las encuestas reflejan que los profesionales se consideran pluralistas en el tratamiento de la información, lo cual hace imposible hablar de una única ideología profesional.

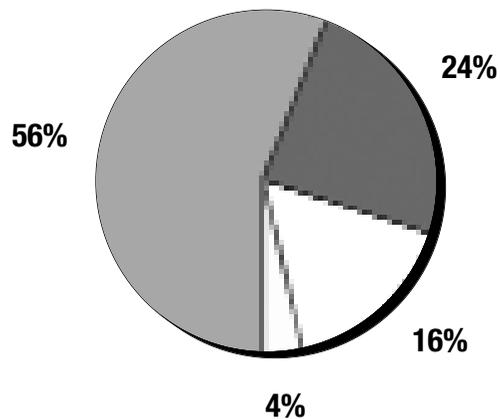
■ Este artículo es una síntesis del proyecto final de carrera presentado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Monteávila. Tutora Académica: María Eugenia Peña. Junio 2006.

RANGOS DE EDAD DE LOS PERIODISTAS QUE CUBREN LA FUENTE ECONÓMICA



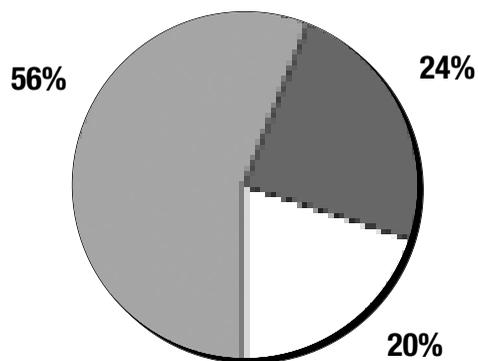
- Entre 25 y 35 años
- Entre 36 y 45 años
- Más de 45 años
- Menos de 25 años

¿CÓMO CALIFICARÍA LA FORMACIÓN QUE SE LE IMPARTIÓ EN LA UNIVERSIDAD SOBRE PERIODISMO ECONÓMICO?



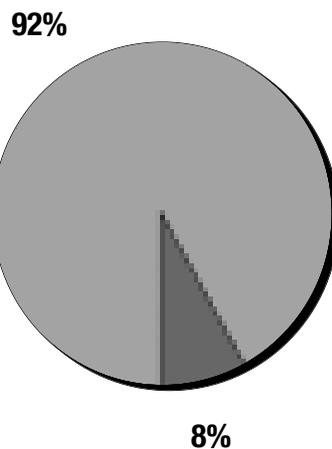
- Insuficiente
- Mediocre
- Buena
- Exelente

TENDENCIAS DE LOS PERIODISTAS A REALIZAR ESTUDIOS DE POSTGRADOS



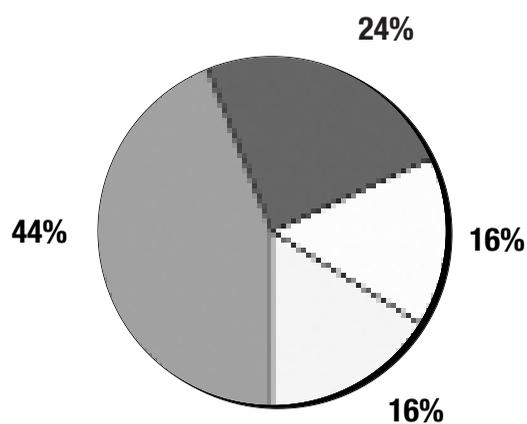
- Ninguno
- Especialización
- Maestría

¿HA ASISTIDO A CURSOS O SEMINARIO ALUSIVOS A PERIODISMO ECONÓMICO?



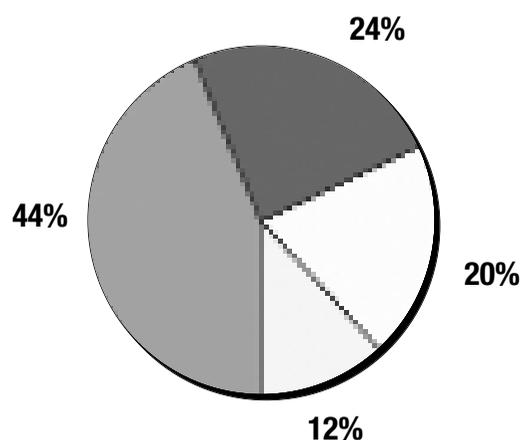
- Sí
- No

AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL EJERCICIO DEL PERIODISMO



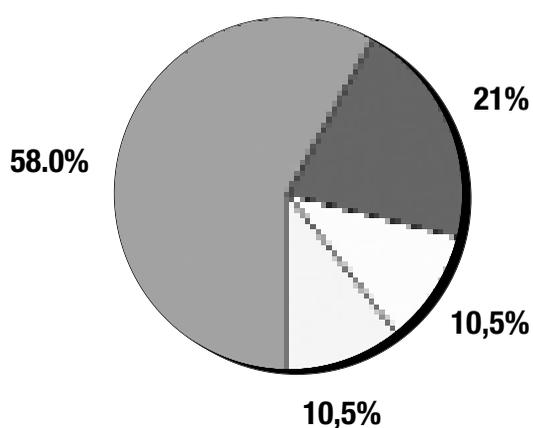
- De 11 a 15 años
- De 6 a 10 años
- Hasta 5 años
- Más de 15 años

AÑOS DE EXPERIENCIA CUBRIENDO ESPECÍFICAMENTE LA FUENTE ECONÓMICA



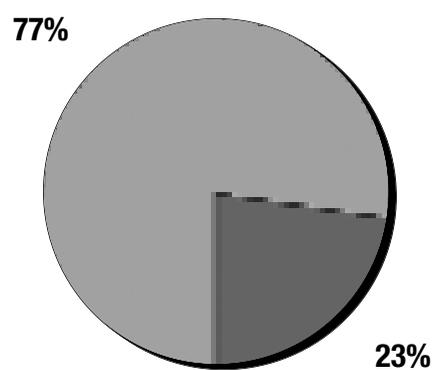
- De 6 a 10 años
- Hasta 5 años
- De 11 a 15 años
- Más de 15 años

¿CON CUÁL DE ESTAS DEFINICIONES DE COMUNICADOR SOCIAL ESTÁ DE ACUERDO?



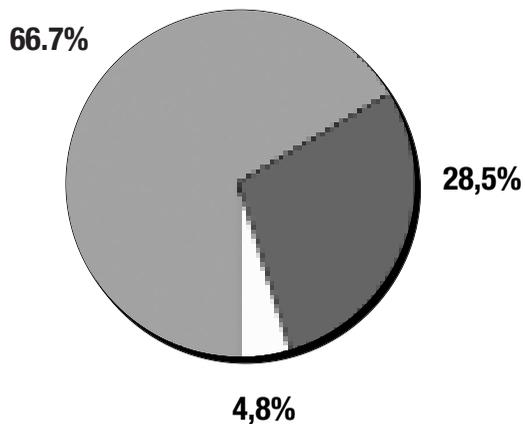
- Difusor de la información
- Intérprete de las declaraciones e informaciones
- Crítico de los organismos estatales
- Movilizador y defensor social

LAS METAS EN LA EMPRESA EN LA QUE TRABAJA SE LOGRAN PRINCIPALMENTE:



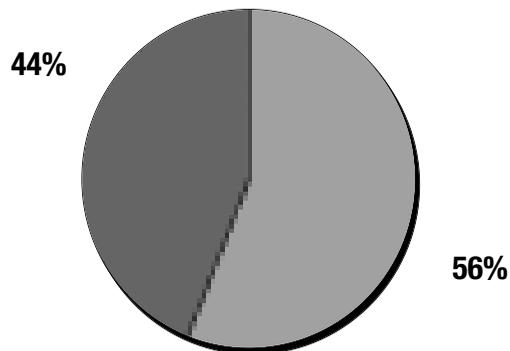
- A través de la motivación por publicar un buen trabajo
- A través de la coacción y de la presión

ENTRE SUS COLEGAS: ¿CUÁL DE ESTOS OBJETIVOS PREVALECE A LA HORA DE TRABAJAR?



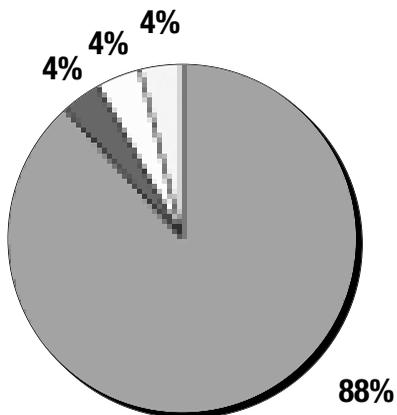
- Informar y servir al público
- Sobresalir profesionalmente
- Dirigir políticamente

CUANDO RECIBE UNA INFORMACIÓN OFICIAL O NOTA DE PRENSA POR PARTE DE UN ORGANISMO DEL ESTADO:



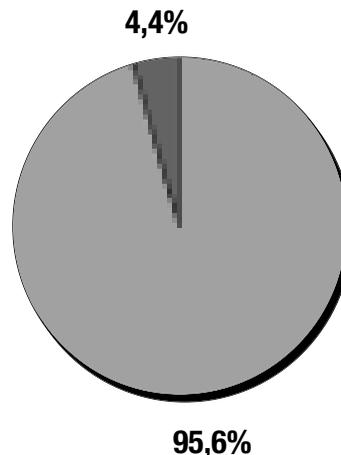
- Suele contrastar esa información con otras fuentes
- Las edita para adaptarlas al tiempo y espacio del que dispone

TENDENCIAS DE LOS PERIODISTAS A REALIZAR ESTUDIOS DE POSTGRADOS

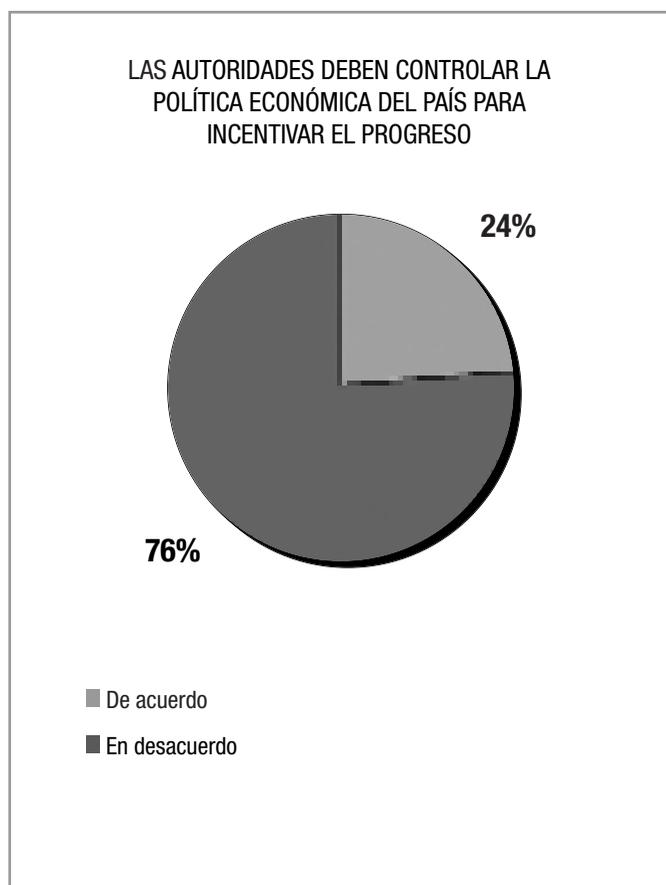


- Los datos de la noticia
- Ideología política
- Su escala de valores
- La línea editorial del medio

ES NECESARIO CONTRASTAR E INVESTIGAR A FONDO LAS DECLARACIONES OFICIALES PARA LLEGAR A LA VERDAD



- De acuerdo
- En desacuerdo



Referencias bibliográficas y documentales

- Aguirre, J.M. (1998). *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela*. Caracas. Publicaciones UCAB.
- Antía, A. (1997). *El control de cambio en la prensa venezolana*. Tesis de grado. Caracas. Universidad Central de Venezuela.
- Antonetti, J.V. y Salaverría, L. (1985). *Periodismo económico en época de crisis: Estudio de un caso El Nacional*. Tesis de grado. Caracas. Universidad Católica Andrés Bello.
- Arrese, A. (2003). *Qué se espera del periodismo económico*, en Istmo en Línea, 268. Septiembre/octubre. Documento en línea: México. <http://www.istmoenlinea.com.mx/articulos/26802.html>. (8 Dic. 2005).
- Arrese, A. y Vara Miguel, A. (2003). *La formación del periodista económico*, en Latorre, J. et al.: *Profesionales para un mundo globalizado*, 493 - 508, Eunate: Pamplona. Documento en línea: http://www.unav.es/empinf/economia/cv_publicaciones/formacion_periodistas_economicos_cicom.pdf (10 Dic. 2005).
- Bejarano, E. (1998). *Periodismo económico después del viernes negro*. Tesis de grado. Caracas. Universidad Central de Venezuela.
- Canel, M.J. (1999). *Comunicación Política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid. Tecnos.
- Caballero, M. (1999). *Las crisis de la Venezuela contemporánea 1903-1992*. (2da. Edic). Caracas. Monteávilva Editores Latinoamericanos.
- Díaz Rangel, E. (1994). *La prensa venezolana en el siglo XX*. Caracas. Fundación Neumann.
- Gil, R. (1992). *Figuras sobresalientes de la Comunicación Social. Perfiles*. Tesis de grado. Caracas. Universidad Central de Venezuela.
- Humanes, M.L. (2003). *Evolución de roles y actitudes: cultura y modelos profesionales del periodismo*, en Telos, 54. Enero/marzo. Madrid.
- Documento en línea. <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-90.html> (5 Dic. 2005).
- Rincón, K. (2001). *Justificación de la necesidad de formar periodistas especializados en Economía*. Tesis de grado. Caracas. Universidad Católica Andrés Bello.
- Rodríguez, J.E. (1987). *Periodismo económico para el desarrollo*. Caracas. Academia Nacional de Ciencias Económicas.
- Sayago, D.O. (1993). *Especialización en periodismo económico en Venezuela*. Tesis de grado. Caracas. Universidad Central de Venezuela.
- Vara Miguel, A. (2004) *Naturaleza y retos de la información económica*, en *Prensa y Periodismo Especializado II*, 101 - 109, Edic. Ayto: Guadalajara. Documento en línea. http://www.unav.es/empinf/economia/cv_publicaciones/naturaleza_informacion_economica.pdf (10 Dic. 2005).
- Weaver, D. y Wilhoit, G. (1991) *The american journalist. A portrait of U.S. news people and their work*. Indiana University Press. Bloomington.

Del periodista industrial

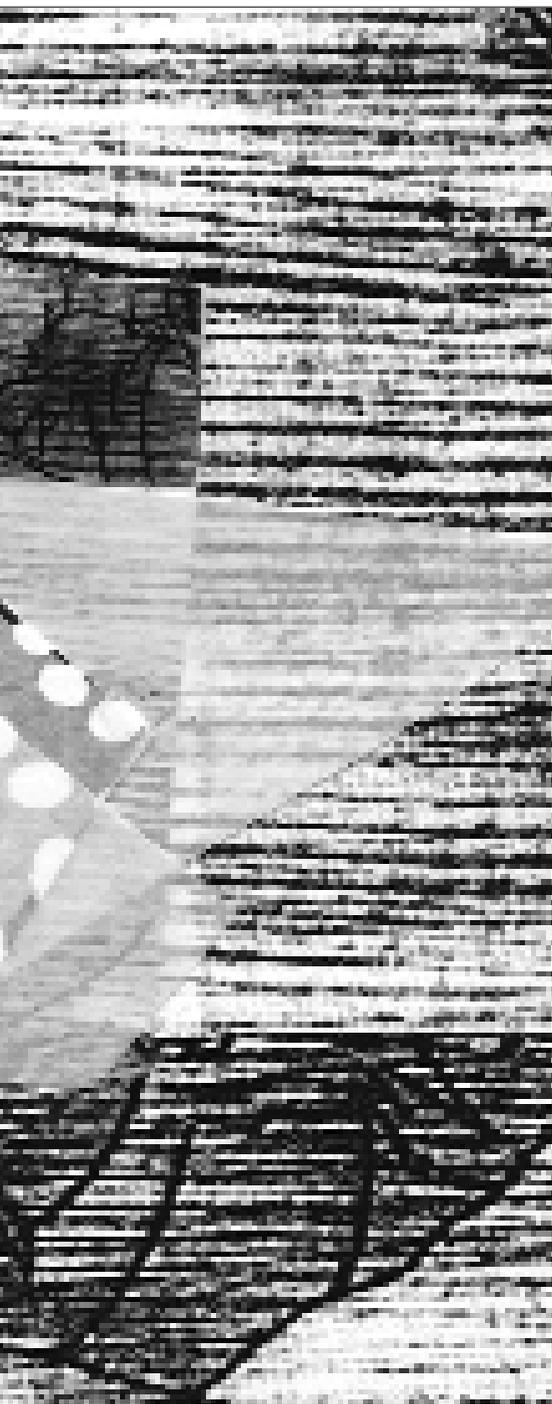
La emergencia de la economía digital ha puesto sobre el tapete nuevamente la cuestión del periodista como intelectual, ahora que los periódicos dejan de ser industrias para pasar a concebirse como plataformas de servicio, imponiendo nuevas competencias laborales al ejercicio de un oficio vital para el desarrollo de la semiósfera contemporánea

■ **Carlos Delgado-Flores**

Galería de papel. Roger López 2006



al intelectual digital



El periodista comparte con todos los demás demagogos, así como también con el abogado y el artista, el destino de escapar a toda clasificación precisa. Pertenece a una especie de casta paria que la 'sociedad' juzga siempre de acuerdo con el comportamiento de sus miembros moralmente peores. Así logran curso las más extrañas ideas acerca de los periodistas y de su trabajo. No todo el mundo se da cuenta de que, aunque producida en circunstancias muy distintas, una obra periodística realmente 'buena' exige al menos tanto espíritu como cualquier otra obra intelectual, sobre todo si se tiene en cuenta que hay que realizarla aprisa, por encargo y para que surta efectos inmediatos. Como lo que se recuerda es, naturalmente, la obra periodística irresponsable, a causa de sus funestas consecuencias, poca gente sabe apreciar que la responsabilidad del periodista es mucho mayor que la del sabio y que, por término medio, el sentido de la responsabilidad del periodista honrado en nada cede al de cualquier otro intelectual.

Max Weber 1918

Estamos apenas comenzando a comprender las ramificaciones sociológicas y antropológicas de ese fenómeno (blogs, redes sociales, etc.). Yo no quiero ser muy hiperbólico, pero no tengan dudas sobre ello: nuestro firmamento cultural está cambiando y nosotros necesitamos ajustarnos, y tenemos que hacerlo rápidamente.

Arthur Sulzberger

Director del New York Times (Discurso en la convención de la Online News Association, Octubre de 2005)

En algún momento, todas las redacciones de diarios del mundo se parecen. Bien sea que se les mire en el tiempo histórico, en el del oficio o en el de las rutinas cotidianas, siempre hay un periodista que lee periódicos, otros dos que conversan, otros que llaman por teléfono, otros más que escriben sus notas y otros que las esperan, otro que entrevista a alguien y así se van rotando en las horas o en la imaginaria línea del tiempo de un antes de teletipos, máquinas de escribir de cinta, cuartillas y teléfonos de baquelita; un ahora de computadoras, servidores, Internet de banda ancha, celulares y grabadores digitales; y un mañana que no sabemos, pero que definitivamente, no está muy lejos.

También, en algún momento, los periodistas son comunes: tienen perfiles contruidos no sólo para satisfacer las necesidades de interpretación de la sociología de las profesiones, sino acaso las definiciones que la organización hace de su trabajo, para dirimir responsabilidades ante dos libertades: la de expresión y la de empresa. Son comunes en el cumplimiento de los rituales que impone el oficio, en el tipo de rutinas establecidas, en los compromisos deontológicos señalados por los códigos de ética o las legislaciones de los estados. Son comunes acaso en las preguntas que son trascendentales al trabajo: qué informar, a quién, por qué y de qué manera; y acaso también en las críticas, en la tensión adquirida de ir sospechando el motivo detrás de cada palabra, el buen hábito de ir contrastando versiones, el escasamente desarrollado hábito de hacer registro y es que a la mayoría de los periodistas se les va la vida de reporteros en el cada día de comienzo y recomienzo, porque la memoria, aunque no da para tanto, es parte del compromiso de “escribir para la Historia”.

Comunes, pero no iguales. Cada periodista hasta ahora ha tenido la doble angustia de una vocación por la calidad de la información que produce y la conciencia de que vive de su nombre. Eso ha hecho un tipo de profesional altamente competitivo, hasta cierto punto solidario con sus colegas, más o menos refractario ante la crítica, sensible ante los hechos y las ideas (o ante las ideas y los hechos, eso hace una diferencia importante) e incómodo ante la condición de trabajador asalariado. Y aunque parezca un motivo baladí, es este quizás el gran punto de coincidencia de los periodistas en todo el mundo: que no se sienten bien remunerados por su trabajo ¿Por qué? Porque es trabajo intelectual, aunque haya un poco de mala conciencia para aceptarlo como tal.

Delia Crovi Drueta, investigadora de la

“

El profesional de la mediación social suele ser un intelectual, capitalice o no la plusvalía que genera su trabajo, en caso de que esté efectivamente inscrito en industrias de producción simbólica o en instituciones de promoción artística patrocinada por mecenas (el empresario en ejercicio de su prerrogativa o el político en rol de funcionario de Estado)

”

Universidad Autónoma de México y directora de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), afirma en su artículo *Periodistas de un nuevo siglo* sostiene en su artículo, esta condición para los oficiantes: “El periodista como profesional de la información, el periodista de tiempo completo, el que ejerce día a día la profesión de informar, el que vive la dinámica cotidiana de producción de la noticia, se ha convertido en uno de los intelectuales más importantes de este siglo, porque forma parte de los que crean, distribuyen y aplican la cultura, es decir, el mundo simbólico del hombre, incluyendo el arte, la ciencia y la religión, de acuerdo con Seymour Martin Lipset. En mi opinión podemos estar hablando del intelectual con mayor peso social de estos tiempos. El mismo que, en parte, ha ocupado el vacío dejado por los partidos políticos, los gobernantes, la escuela y los propios intelectuales arquetípicos”.

Mediadores profesionales, integrados al sistema de mediación social (Martín Serrano, 1978), productores de discursos que permiten la representación de los sujetos sociales, que explican la legitimación de las prácticas de poder, que redistribuyen la formación de enunciados para el saber moderno (Foucault, 1984), promueven los valores de la Modernidad como proyecto civilizatorio: la doctrina del derecho natural, la democracia como sistema de gobierno, el desarrollo como

vocación del proyecto histórico global y la tecnología como medio para obtener este desarrollo, al inscribirse dentro de este sistema de producción simbólica (discursos, significados, sentidos, en cualesquiera lenguajes y formatos) el periodista se convierte en artífice de la semiósfera¹, homologado en su accionar con el artista y el científico, y acaso en uno de los reproductores más consecuentes de sus contenidos y relaciones. Aunque distinguido, ciertamente, del político o el empresario, por las diferencias habidas en la práctica.

¿De qué hablamos cuando decimos intelectuales?

El profesional de la mediación social suele ser un intelectual, capitalice o no la plusvalía que genera su trabajo, en caso de que esté efectivamente inscrito en industrias de producción simbólica o en instituciones de promoción artística patrocinada por mecenas (el empresario en ejercicio de su prerrogativa o el político en rol de funcionario de Estado). Norberto Bobbio los define en estos términos: “se llaman hoy intelectuales a los que en otros a tiempos se han llamado sabios, eruditos, *Philosophes*, literatos, *gens de lettre* o simplemente escritores y en las sociedades dominadas por un fuerte poder religioso sacerdotes, clérigos. Los intelectuales si bien con distintos nombres, han existido siempre, porque en toda sociedad, junto al poder económico y al poder político, ha existido siempre el poder ideológico que se ejerce sobre las mentes y a través de la producción de ideas, de símbolos, de visiones de mundo y de enseñanzas prácticas.” (Bobbio, 1998:17)

Bobbio también establece una tipología de los mismos, basándose en autores como Julien Benda o Karl Manheim: *clérigos*, intelectuales que aspiran a la influencia para aconsejar al poder; mandarines, doctos instructores de la opinión pública; *expertos*, dedicados a especializarse en una parcela del saber, a producir conocimiento científico o artístico. No obstante, Lipset (citado por Crovi) ofrece otra clasificación: el intelectual socialmente desligado, libre; y el **intelectual orgánico**, comprometido con su clase social. Sobre este último, el mismo Antonio Gramsci, autor del concepto ha señalado: “Todo grupo social que surge sobre la base original de una función esencial en el mundo de la producción económica, establece junto a él, orgánicamente, uno o más tipos de intelectuales que le dan la homogeneidad no sólo en el campo económico, sino también en el social y en el po-

lítico”. Se trata de un pensador afiliado a una determinada causa, especialista y a la vez político, conocedor de un oficio que ejerce como medio por el cual contacta al colectivo, que puede reforzar estructuras existentes, o promover su demolición.

¿Qué tipo de intelectual es el periodista?

Nuestros intelectuales nacieron a la modernidad con la Ilustración, que era un proyecto de intelectuales. En la medida en que fue consolidando su hegemonía, los intelectuales fueron ocupando posiciones, concentrándose en instituciones específicas; los intelectuales liberales y el intelectual orgánico tradicional, fueron refugiándose en la Academia, como profesores e investigadores. Pero a medida en que las industrias culturales cobraron fuerza en la formación de la sensibilidad colectiva, el periodista fue asumiendo labores que antes eran exclusividad de otros intelectuales. Ello lleva a Felix Ortega y María Luisa Humanes en su libro *Algo más que periodistas, sociología de una profesión*, a señalar que “el tipo más generalizado de intelectual, que no es otro que el de las corporaciones de comunicación, es una nueva forma de ‘intelectual orgánico’. Y esto es así porque se vincula con uno de los modos de producción más específicos de nuestras sociedades: el del conocimiento. Si el viejo intelectual orgánico se ligaba y comprometía con las clases sociales (en su acepción marxista) el intelectual de hoy lo hace con las organizaciones esenciales en el esquema de producción” ¿Cómo? Divulgando innovaciones, sometiendo a escrutinio las materias del interés público, promoviendo la investigación y el desarrollo de soluciones a “problemas sociales”, confrontando posiciones encontradas en debates públicos, interpelando al poder en sus formas institucionales, cuestionando la legitimidad del interés particular frente al interés común: en suma, ejerciendo su oficio en acuerdo con los intereses del medio como empresa, los del perceptor en cuanto que opinión pública y los suyos propios: la calidad del trabajo, el compromiso ético con las audiencias y con la Modernidad.²

Cuatro objeciones

En la redacción de un diario, cuando se plantea esta reflexión sobre el oficio, suelen surgir objeciones, que en parte susciben cierta visión estereotipada del intelectual,

“

Si el viejo intelectual orgánico se ligaba y comprometía con las clases sociales (en su acepción marxista) el intelectual de hoy lo hace con las organizaciones esenciales en el esquema de producción”

”

tual, que algunos de ellos (especialmente los del campo de la literatura) han contribuido a fomentar; o una visión del oficio construida no tanto desde las competencias profesionales, sino más bien, desde las rutinas del trabajo asalariado.

Aquí se recogen cuatro, a la vez que se intenta darles respuesta en el texto.

1.- ¿Cómo va a ser intelectual un profesional especializado, cuando el intelectual es generalmente un creador solitario?

Ya esta visto que el especialista egresado de las universidades es un tipo de intelectual, y que en las redacciones, el periodista “Lobo estepario”, que escribe a deshoras, es poco sociable, tiene buenos contactos y suele escribir historias de escándalo, generalmente en la fuente policial, es una especie en extinción. En el caso del periodista como mediador social, la sola elección de las palabras, de un adjetivo por otro, de una imagen por otra contribuirá a generar un matiz definitivo dentro de una representación social, pues no es otro el poder del relato periodístico, sea impreso o audiovisual.

2.- ¿Cómo va a ser el periodista un intelectual cuando el intelectual es un creador autónomo, que está parcial o totalmente liberado de las ataduras del mercado o el estado, colocándose en un sitio especial para criticarlos con total legitimidad, mientras que el periodista es un asalariado?

Eso también se corresponde con el estereotipo romántico del intelectual. Pero mejor en palabras de Crovi (2002): “La

concentración de la industria cultural en pocas manos y la transformación del Estado, entre otras razones, condujeron paulatinamente al cierre de espacios autónomos desde donde solían actuar los intelectuales liberales. Algunos de ellos reorientaron su participación hacia los partidos políticos, convirtiéndose en los asesores que contribuyen a legitimar las decisiones que se toman y las acciones que se llevan a cabo. Otros en cambio emigraron hacia la academia como docentes o investigadores, buscando reconstruir un espacio más o menos autónomo para contribuir al desarrollo del conocimiento a través de la investigación. Entre esos intelectuales de antaño hubo también quienes pasaron a formar parte de las corporaciones de la cultura y el entretenimiento y como sabemos, un primer momento en la evolución del periodismo del siglo XX se nutrió de ellos, cuando comenzaron a ejercer la profesión intuitivamente y sin más conocimientos que los que les iban dando las prácticas que serían el germen de las escuelas de periodismo surgidas a mediados de ese siglo. En todos los casos el denominador común para los intelectuales liberales fue que tuvieron que rendir su formación, libertad y ausencia de compromiso a las tareas encomendadas por sus nuevos empleadores”

3.- ¿Cómo va a ser intelectual un periodista que no puede opinar con libertad, porque los medios ejercen la doctrina de la objetividad, la cual supone siempre una restricción?

Si bien es cierto que la restricción existe, también lo es que el derecho a la opinión en un medio de comunicación puede ser acordado por la vía gremial, como ocurre como cierta cláusula de conciencia vigente en el estatuto de la Redacción del diario El País de España. Es de destacar entonces que la libertad es convenida en función del interés colectivo de los profesionales y del legítimo derecho del empleador a ejercer la libertad de prensa, distinguible de la libertad de expresión en cuanto que es libertad empresarial.

4.- ¿Cómo va a ser intelectual un periodista, cuando el intelectual puede vincularse a causas políticas mientras que el periodista no?

Derivada de la idea de la objetividad, la causa política aquí esta pensada como causa partidista o partidaria. No obstante, el periodismo como oficio consagrado a la libertad de expresión, es profundamente político: al ser, el periodista, el depositario de las palabras de la tribu, tanto en lo que con-

cieme a la construcción de versiones de la realidad, como de opiniones en torno a ella, el acto de informar incide en la formación de voluntad individual o colectiva.

A la respuesta de estas objeciones también se suma Crovi (2002) cuando afirma: “En esta defensa de la función periodística frente a la crítica intelectual, está presente uno de los principales retos del periodismo de este siglo: su responsabilidad cultural y social. Están también, delineadas las condiciones en que labora el periodista:

- 1.- El producto de los medios de comunicación exige condensación y precisión, metas que se consiguen ajustándose a rutinas productivas bastante estrictas o por lo menos bien delimitadas.
- 2.- La relación con el tiempo es diferente, ya que los temas que analizan los medios deben estar ligados con los acontecimientos del día o por lo menos de actualidad. Sólo aquellos contenidos que se colocan en una franja amplia que va de lo periodístico al entretenimiento, dan como resultado productos que no están estrictamente ligados a la actualidad.
- 3.- Los periodistas se someten día con día al escrutinio del mercado, representado en encuestas, opiniones, tirajes y volúmenes de audiencia”.

¿En qué empresa trabaja este periodista?

La progresiva profesionalización de los intelectuales y su incorporación a las industrias culturales los incluyó en las lógicas de la administración, como mano de obra, productores de relatos que, más o menos fragmentados, se consideran productos asociados a un conjunto de insumos, planificados en un esquema de producción industrial.

Sin embargo Calmon (2006) destaca cómo el desarrollo de la economía digital, la eventual emergencia de la Sociedad de la Información y el afianzamiento de Internet como fenómeno integrador de medios diferenciados, como hipermedio, generan tantos cambios en las competencias de los periodistas y en los medios tal y como los conocemos: “Entre las transformaciones más importantes en curso, están procesos de desintermediación y deconstrucción de la comunicación periodística tradicional. Hay una clara transferencia de poder y de control de los comunicadores para la audiencia en múltiples aspectos; para empezar: los modelos periodísticos tradicionales basa-

dos en la escasez de información tienen que adaptarse a la actual abundancia de información. Se disminuye el poder del periodista como portero (*gatekeeper*) encargado de filtrar lo que las masas deben saber. Además, el periodismo se ve forzado a abandonar el concepto de la Revolución Industrial de creación de productos estáticos para abrazar el concepto de la Revolución Digital de ofrecimiento de servicio dinámico”.

Nada mal para un periodista que tiene que aprender a emplear Internet como fuente de datos, a escribir y jerarquizar la información en periódicos prediagramados electrónicamente, a digitalizar información, a enviar archivos por un servidor, a colocarlos en una cuenta FTP, porque el paradigma del producto periodístico tiene que actualizarse al nuevo perfil de demanda que la economía digital le impone: de medio **monomedia** (impreso, en el caso de los periódicos) a **multimedia** debido al perfil convergente de Internet.

La convergencia en Internet es uno de los fenómenos de mayor implicación para los periodistas, pues al dominio de la escritura alfabética se le suma la edición de imagen, de audio, la animación multimedia, el diseño de interfaz funcional y en algunos casos la programación en lenguajes de computación. Pues, “aunque no esté clara la forma narrativa ideal en Internet, que mezcle texto, fotos, audio, video, etc., si esta claro que la audiencia va a esperar eso del periodismo. Y hay que empezar a prepararse para ello lo antes posible, ya que significa un enorme cambio en la cultura y en el carácter del periodismo”

Por otra parte, Calmon destaca el cambio de industria a servicio como una transformación profunda. “Uno de los retos más importantes de los medios tradicionales es adaptarse a nuevos paradigmas. El periódico deja de ser apenas aquel paquete cerrado producido por una línea industrial del siglo XX a cada ciclo de 24 horas, y pasa a ser un continuo proveedor de información 24 horas por día, siete días a la semana. Ese es un cambio fundamental en la transición que los periódicos atraviesan hoy, ante la necesidad de adoptar en Internet una arquitectura orientada al servicio (*SOA – Service Oriented Architecture*). Este cambio de paradigma impone muchos cambios en la rutina de la producción periodística; por ejemplo, no se debe tomar en cuenta apenas el día de la publicación de noticias en Internet, sino también la hora, aunque periódicos en línea sigan ignorándolo: no poner la hora de publicación de una nota en Internet es como imprimir un diario omi-

tiendo el día y revelando apenas el mes. La misma evaluación que se hacía una vez por día para decidir que una nota esta lista para publicar, ahora puede repetirse varias veces por día. La dinámica del periodismo digital es bastante diferente de la que se tenía en el periódico o en los demás medios de comunicación de masa”.

Otro fenómeno digital es el desarrollo de la blogósfera, que acaso los periodistas vean como oportunidad de ejercer su oficio sin ejercer la doctrina, pero que también los periódicos miran como oportunidad de negocios. Calmon señala: “Primero, el periodismo tradicional vio al fenómeno de los blogs con menosprecio, después pasó a temerlos, como si representara una competencia, finalmente, muchos medios tradicionales parecen entender el significado de los blogs y pasan a adoptarlos. Así, por ejemplo, todas las noticias del WashingtonPost.com muestran vínculos (links) automáticos con los blogs que la citan, muchos periódicos estimulan a sus periodistas a tener blogs en el sitio del periódico, adaptando la dinámica y el estilo de los blogs a los criterios periodísticos y muchos otros periódicos abrigan en sus sitios blogs de sus lectores. Esos periódicos ya entendieron que Internet abrió camino a una gigantesca conversación y no quieren correr el riesgo de quedarse fuera de ella. Paralelamente, se fortalece otro fenómeno: el periodismo participativo/ciudadano o de bases, aunque no siempre sea realmente periodismo, posea otras estrategias retóricas y obedezca a un propósito comunicacional completamente diferente al industrial. Así pues, ya hay proyectos periodísticos en la Web combinados con una versión impresa están siendo lanzados con base *usergen* (*user generated content* o contenido generado por usuarios). Y esta evidencia lleva a reconocer que ‘La gran conversación’ no sustituye, ni debilita el periodismo, sino que lo fortalece”.

Así, la imagen del futuro -más bien próximo- de las redacciones pareciera ser muy diferente a como han sido hasta ahora: virtuales, con mucha gente conectada desde el ciberespacio y es posible que sí lo veamos.

■ **Carlos Delgado Flores es comunicador social, maestrante en comunicación para el desarrollo social en la UCAB. Editor de la revista *Comunicación*.**

COMPETENCIAS DEL PERIODISTA EN LA EMPRESA PERIODÍSTICA CONTEMPORÁNEA

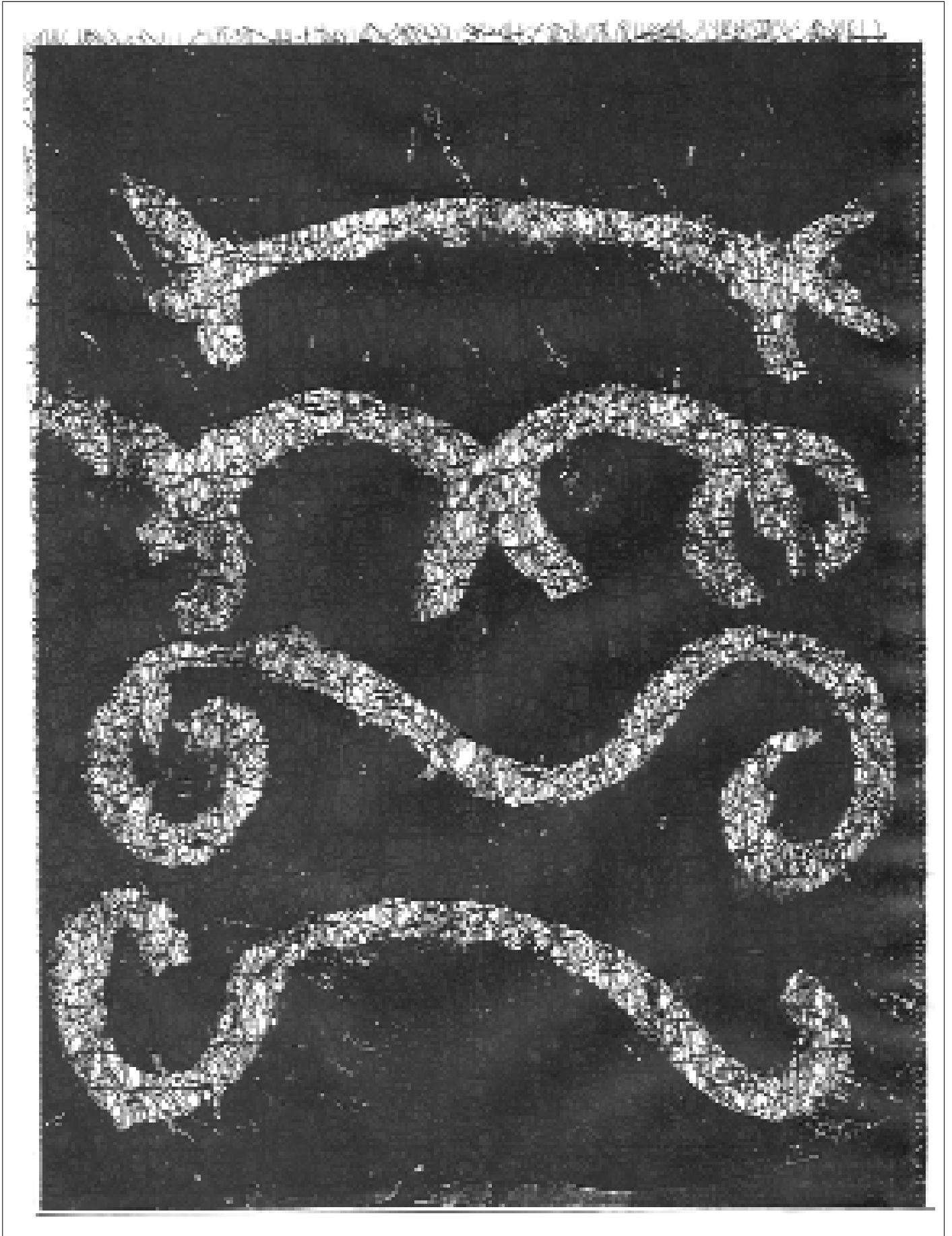
Competencias profesionales
Criterio noticioso
Tratamiento de la fuente
Manejo eficaz de Internet como fuente
Responsabilidad frente a la información
Responsabilidad frente al editor
Responsabilidad frente a las audiencias
Comprensión de las lógicas del mercadeo y su incidencia en el negocio periodístico
Comprensión de lo multimedia y del hipertexto
Competencias tecnológicas
Manejo de Software, Hardware y Netware
Formatos prediseñados
Producción en formatos multimedia (video, audio, animación)
Digitalización de material
Hipervinculación e indexación
Manejo de bases de datos
Competencias como intelectual orgánico
Conciencia moral frente a terceros
¿A qué ideas (o ideologías) está suscrito?
Posición frente a la Modernidad, los modelos de desarrollo, la Globalización y la doctrina de Derechos Humanos

Citas

- 1 Semiosfera es un concepto acuñado por Iuri Lotman para definir el “espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis”, en el cual “los sistemas signícos funcionan estando sumergidos en un *continuum* semiótico, completamente ocupado por formaciones semióticas de diversos tipos y que se hallan en diversos niveles de organización.· Ello implica que la semiósfera abarque toda la esfera de producción y reproducción cultural, en la cual el lenguaje en cuanto conjunto de formaciones semióticas precede al lenguaje aislado particular y es una condición de la existencia de éste último” (1996: 21 – 35) Este concepto puede relacionarse con el sensorium benjaminiano, en una relación de continente/contenido
- 2 Como se sostiene a lo largo de este texto, el periodismo es hijo de la Modernidad, pero ello no quiere decir que en el contexto actual el periodismo digital, en la medida en que supone rupturas o críticas con lógicas tradicionales reproducción y reproducción de sentido supongan la emergencia de un periodismo postmoderno, más vinculado al pensamiento de síntomas de la crisis de la modernidad, que a la subsistencia de la misma como proyecto civiliza torio. Pero esto aún es una hipótesis.

Referencias bibliográficas y documentales

- BOBBIO, Norberto (1998) *La duda y la elección: intelectuales y poder en la sociedad contemporánea*. Paidós, España.
- CALMON ALVES, Rosental (2006) *El diario en transición: de producto a servicio; de monomedia a multimedia* Ponencia presentada en la reunión de medio de año de la Sociedad Interamericana de Prensa, Quito, Ecuador. Mimeografiado
- CROVI DRUETTA Delia (2002) *Periodistas de un nuevo siglo* en: Maldonado Reynoso, Norma Patricia (Coordinadora), Horizontes comunicativos de México. Estudios críticos. Editado por AMIC, México.
- FOUCAULT, Michel (1970) *La arqueología del saber*. Primera edición en español, Siglo XXI editores, México.
- LOTMAN, Iuri M. (1996) *La semiósfera, I. Semiótica de la cultura y del texto*. Editorial Cátedra, Madrid.
- ORTEGA, Felix y HUMANES María Luisa (2000) *Algo más que periodistas, sociología de una profesión*. Editorial Ariel, Barcelona, España.
- WEBER, Max (1918) *El político y el científico*, Alianza Editorial, Madrid, 1984, 8a. edición.



Galería de papel. Roger López. 2006

Nuevos retos para la Formación de comunicadores

Cuenta una conocida anécdota de la Universidad de Navarra sobre un profesor de periodismo que viajó con un grupo de alumnos a visitar a Ben Bradlee, el célebre ex director del Washington Post, famoso por su acuciosidad periodística en el caso de Watergate. El profesor le preguntó al hombre de prensa que si estuviera en su lugar, es decir, si tuviera la responsabilidad de formar nuevos periodistas, qué les enseñaría a sus alumnos. La respuesta fue inesperada para todos. Uno de los periodistas más destacados de todos los tiempos, sólo sentenció: “Yo les haría leer todo Shakespeare. Nada más”

■ Andrés Garay Albújar

Hace poco un compañero de trabajo y profesor de redacción periodística para alumnos de Comunicación y de Filosofía me hizo un comentario revelador. Sus mejores alumnos no eran aquellos que en apariencia se mostraban más sagaces o gozaban de mayor elocuencia verbal, sino aquellos que en su quietud eran capaces de profundizar en las ideas, aquellos que reflexionaban más o pensaban mejor, que comprendían e interpretaban más a fondo la realidad.

Más allá de lo anecdótico, considero que estos episodios sirven para plantear una reflexión sobre el tema que nos reúne hoy. ¿Hacia dónde vamos en la formación de los nuevos comunicadores?, o mejor dicho ¿hacia dónde queremos ir?, ¿qué habilidades resultan importantes inculcar para aprovechar el potencial de la nueva sociedad de

la información?, ¿qué tipo de profesionales necesitamos para construir una sociedad más humana?

Desde que se iniciaron los estudios de Comunicación se ha discutido incansablemente sobre las posibilidades de formación de los comunicadores, y por momentos se ha llegado a puntos tan extremos como el de rechazar la formación profesional de éstos. Felizmente algo hemos avanzado, y aunque no se haya resuelto del todo la inviable incógnita sobre la naturaleza de la formación, -“¿cuál es la medida adecuada de la instrucción práctica y cuál de la teórica?”- en el mundo académico se ha aceptado la Comunicación como una disciplina independiente que necesita de una preparación específica.

La academia y la universidad han legitimado la profesionalidad de la Comuni-

cación, pero no ha sucedido lo mismo con el mercado y la empresa. Aún es frecuente encontrar directores de medios que improvisan periodistas por una cara bonita para presentar las noticias, o a empresarios que consideran que la comunicación organizacional es algo “sencillo”, de la que puede encargarse cualquiera.

Sucede que esta percepción de la empresa y el mercado muchas veces condicionan a las facultades de Comunicación, que adecuan sus currículos a las exigencias “prácticas” e inmediatas del mercado, y olvidan la esencia de la formación que debe ofrecer la universidad.

Abordar el tema de la formación de los comunicadores ofrece sin duda muchas aristas. Me atrevo a proponer cuatro puntos de discusión, que lejos de ser novedosos, creo conveniente reiterar:

1. La Comunicación exige una preparación específica, que debe darse en la Universidad, pues se trata de una disciplina con carácter científico.

2. Las universidades deben brindar a los nuevos comunicadores -además de destrezas técnicas y habilidades prácticas propias de la profesión- un bagaje cultural lo suficientemente amplio para que el nuevo profesional cuente con unas bases sólidas que le permitan comprender las claves antropológicas del mundo actual. Gran parte de estas claves las ofrecen las disciplinas que tienen como objeto de estudio el hombre, la humanidad. Me refiero a las humanidades.

3. La formación profesional corresponde sobretodo a una obligación personal, no culmina con la obtención del grado, sino que es una tarea continua.

4. Ser buen profesional exige en contrapartida ser una buena persona.

1. La Comunicación exige una preparación específica, que debe darse en la Universidad, pues se trata de una disciplina con carácter científico

La comunicación como fenómeno humano nace de la misma esencia del hombre y su naturaleza social. La socialización que resulta de los procesos de comunicación ha sido sin duda el punto de partida para el estudio de la Comunicación, abordada en sus inicios por la Sociología, la Semiología y otras ciencias sociales.

Sin embargo, el avance de las investigaciones ha demostrado que la Comunicación debe abordarse como una disciplina completa, es decir que los fenómenos comuni-

“

La complejidad de nuestro que hacer –el ser comunicadores profesionales– exige comprender los fenómenos comunicativos y humanos en los que nos desenvolvemos y trabajamos con el raciocinio del pensamiento científico, que se aprende sin duda en la universidad

”

cativos pueden analizarse desde la ciencia como un objeto de estudio en estricto, con métodos propios, que se han nutrido con los aportes de otras ciencias sociales.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación también han reforzado la especificidad de la Comunicación, y la necesidad de un campo de estudio para el análisis de los efectos sociales de la incursión de estas nuevas tecnologías en la vida social. Nos enfrentamos a un objeto de estudio amplio y complejo, pues la comunicación está presente y juega un rol importante en todas las esferas de la vida social.

La complejidad de nuestro quehacer –el ser comunicadores profesionales– exige comprender los fenómenos comunicativos y humanos en los que nos desenvolvemos y trabajamos con el raciocinio del pensamiento científico, que se aprende sin duda en la universidad.

Mi posición no desacredita la capacitación técnica que pudieran brindar los institutos superiores y escuelas de Comunicación. Como en toda actividad profesional resulta saludable que existan personas capacitadas para las tareas operativas; pero considero que el proceso intelectual de creación, de intercambio de mensajes, de interrelación, de conocimiento del otro, el análisis de la realidad, puede realizarse mejor por aquellos que gozan de una preparación universitaria adecuada.

Si se reduce la formación de los comunicadores a una mera instrucción técnica, éstos no estarán en capacidad para comprender su propia actividad como parte integrante de un sistema social, pues según Ortiz, “el proceso de entender la complejidad de la convivencia humana, significa privilegiar el análisis de los problemas sociales”. (Ortiz, Germán, 2001, 82)

La universidad, foco de cultura y desarrollo, es la institución más genuina donde se practica la investigación científica y se incentiva el análisis de la realidad. A diferencia de los centros tecnológicos, ofrece a sus estudiantes el desarrollo de habilidades para pensar con profundidad.

De acuerdo con Beneyto la Universidad proporciona a quienes estudian Comunicación capacidades para la “investigación metódica del hecho concreto, desdibujamiento de la personalidad ante el acontecimiento, interpretación prudente y honrada, cuidado constante y conocimiento incondicional de la objetividad, gusto por la prueba sólidamente constituida, y de la argumentación lógica, ausencia de dogmatismo, sentido de la relatividad y de jerarquía de los valores, método probado en la investigación, el trabajo y el estudio y, finalmente, cuidado por el respeto y el idioma”. (en Aguirre, Marisa; 1988, 120)

2. Las universidades deben brindar a los nuevos comunicadores un bagaje cultural lo suficientemente amplio, para que el nuevo profesional cuente con unas bases sólidas que le permitan comprender las claves del mundo actual

Para pensar en las exigencias de la formación de los nuevos comunicadores hace falta echar un vistazo a la problemática actual.

La complejidad de este mundo exige claves mentales muy profundas para lograr comprenderlo o al menos interpretarlo. En palabras de Alejandro Llano se trata de una crisis del “Estado del Bienestar” que se manifiesta en un malestar social y cultural, el desempleo, el terrorismo; todo a causa de la fractura entre el sistema tecnocrático y la incapacidad de éste para vincular el sistema económico y político a la existencia vital de las personas. (Llano, Alejandro; 1988, 24-25)

Nos dice el filósofo Llano que el sistema “ya no está al servicio de las personas que en él trabajan, sino al servicio de sí mismo, para asegurar su supervivencia y desarrollo. Lo que importa no es vivir bien- de manera humanamente digna-, sino sencillamente sobrevivir”. (Llano, Alejandro; 1988, 24-25)

El malestar cultural y social se revela según Llano ante la insuficiencia de los planteamientos generales que rigen el mundo: el neoliberalismo y la social democracia. En la práctica ambos reducen la realidad a dos ámbitos-la política estatal y la economía de mercado-, e implantan formas de gobierno que ponderan los medios sobre los fines. (Llano, Alejandro; 1988, 26-27)

Para el filósofo la crisis actual exige una “nueva sensibilidad”, otro modo de pensar, otras respuestas y otras actitudes. Lo más urgente, consiste según su apreciación, en recuperar el mundo vital de las personas, las relaciones sociales que le permitan al individuo involucrarse con un grupo humano, recuperar en conjunto el valor del hombre. Sólo de esa manera se puede combatir la segmentación social generada por la rigidez de los tecnosistemas.

El pensamiento de Alejandro Llano nos plantea importantes reflexiones. Desde nuestro ámbito profesional ¿somos conscientes de la segmentación social que se denuncia?, ¿desde la comunicación cuánto hemos analizado la “anomia” o apatía social que viven nuestras sociedades, y la falta de compromiso que incluso podemos palpar en comunidades universitarias?, ¿cuánto podría contribuir un uso efectivo de la comunicación para recuperar el “mundo vital” de un grupo humano?, ¿inculcamos en nuestro alumnos la responsabilidad que tienen de recuperar el valor de lo humano a través de su trabajo?

No se trata de centrar todas las expectativas de un cambio social en la Comunicación o en su actividad más visible, los medios de comunicación, sino en ser más críticos con nuestro quehacer. En la actual sociedad del espectáculo, los medios de comunicación no ofrecen en general un espacio de diálogo social constructivo entre los interlocutores, mas bien fomentan un clima de sospecha y “oposición permanente”. (Pérez-Latre, Francisco; 2003, 251)

Pérez-Latre reconoce la influencia potencial que tienen los medios de comunicación sobre la formación de ciudadanos en las sociedades democráticas, pero advierte que los medios por sí solos, como cauces de mensajes, no contribuirán a la mejora de la ciudadanía, sino que, debe repararse en la formación de los profesionales que trabajan en éstos.

Si se desea que los medios de comunicación contribuyan notablemente al desarrollo de la sociedad es necesario que los profesionales que trabajan en éstos fomenten la capacidad de hacer pensar a la

“

No se trata de centrar todas las expectativas de un cambio social en la Comunicación o en su actividad más visible, los medios de comunicación, sino en ser más críticos con nuestro quehacer. En la actual sociedad del espectáculo, los medios de comunicación no ofrecen en general un espacio de diálogo social constructivo entre los interlocutores, mas bien fomentan un clima de sospecha y “oposición permanente”

”

audiencia, de discutir sobre los temas de interés público, de velar por la calidad de los contenidos.

Este nuevo enfoque corresponde según Maricruz Ricalde a una propuesta humanista, y exige retornar a una “visión del ser humano como constructor de sí mismo y de su entorno”. No desde una postura humanista tradicional donde el ser humano era el “núcleo del universo y señor del ser”, sino desde un humanismo que invite al individuo a “responsabilizarse de sí mismo, a admitirse como débil, a negarse como sujeto fuerte/sujeto centro y como espíritu absoluto”. (Ricalde, Maricruz; 2001, 60-61)

Jorge Latorre, testigo directo del atentado del 11 de Setiembre en NY, ha reflexionado sobre la cobertura periodística del ataque terrorista, y apunta la necesidad de formar comunicadores reflexivos, con crítica aguda, capaces de encontrar claves para interpretar los contextos más complejos. La presión social obliga a los medios de comunicación a ofrecer respuestas con la misma instantaneidad con que suceden los hechos, a buscar explicaciones casuísticas y excesivamente racionales para situaciones de conflicto que por su complejidad superan lo racional. Para Latorre, un comunicador que tiene un conocimiento profundo sobre antropología

contemporánea, privilegia el análisis sobre la improvisación. (Latorre Jorge; 2003, 404-410).

Los autores citados coinciden en la propuesta de fomentar los estudios humanísticos en la formación de los nuevos comunicadores. Se trata pues de recuperar la esencia de la comunicación como proceso humano: pensada y creada por personas para personas. Las humanidades, por tener al hombre como objeto de estudio, permiten conocer lo humano en sus dimensiones más hondas.

Indudablemente el hombre de hoy está afectado por una serie de corrientes que lo alejan del pensamiento trascendente y del compromiso. Es lo que algunos filósofos denominan “anomia” y que según Milán Puelles, conlleva a “un auténtico desconcierto existencial y, a fin de cuentas, a vivir sin base ni raíces”. (en Aguirre, Marisa; 1988, 161)

En este contexto, se revaloriza aún más el papel de la Universidad como foco de cultura, pero sobre todo como lugar donde se enseña a pensar con trascendencia, a meditar sobre el por qué de los acontecimientos, a buscar explicaciones y causas.

El estudio de las Humanidades es importante según Ibáñez –Martín por las siguientes razones: “Ayudan al hombre a identificarse con la condición humana; incitan al conocimiento del hombre real; conducen a la aceptación de uno mismo y de los demás; desarrollan valores esenciales en los hombres; (...) enseñan que la prudencia no es abstención sino compromiso; forman hombres que descubren que la vida no la hemos escogido pero que discurrirá por los cauces que marquemos; fomentan una actitud liberal, un deseo de contemplar la realidad de las cosas sin pretensiones utilitarias”. (en Aguirre Marisa; 1988, 167-168)

Y aunque las razones expuestas pueden parecernos muy elevadas, nadie puede negar que el principio del conocimiento empieza con la duda, con la interrogante que surge después de contemplar un fenómeno. Los griegos clásicos afirmaban que el asombro era el principio de toda sabiduría y de toda ciencia. La sobrecarga de información del mundo actual perturba la capacidad innata del hombre para asombrarse y plantearse cuestiones. Y los comunicadores no dejamos estar expuestos a la sobrecarga de información, y somos vulnerables a todo tipo de fuerzas y tentaciones.

Los comunicadores, sin embargo, actúan como intérpretes de la realidad, pues a través de las palabras e imágenes que

construyen, comunican una visión del mundo a un grupo humano. Esta función de mostrar nuevas realidades les exige tener una mirada limpia, sin sesgos ni prejuicios y, un pensamiento claro, liberado de radicalismos ideológicos.

Se trata de saber pensar con hondura, de someter las impresiones a un análisis racional. Las Humanidades como saberes que profundizan en la condición humana “adiestran la inteligencia, disciplinan la voluntad, inspiran el amor al bien y la belleza, educan la sensibilidad, sustentan el respeto por los demás y por uno mismo, facilitan la vida interior y la unicidad. Las humanidades buscan ser más, no tener más”. (Sesé, José María; 2002, 16)

Por tanto, se comprende que Ben Bradlee afirmara que todos los aspirantes a ser buenos periodistas deberían leer “todo Shakespeare”, porque en las obras de este dramaturgo clásico podía conocerse la naturaleza humana, “sus pasiones, sus virtudes y vicios, su anhelo permanente de felicidad”. (Sánchez, José Francisco; 2002, 9).

Cuando a Francisco Sánchez, un profesor muy estimado en España, le preguntan cuáles son las cualidades que debe tener un buen comunicador, éste indica que más importante que las destrezas técnicas y prácticas un buen comunicador debe: saber mirar, saber escuchar, saber pensar, saber expresarse y conocer qué es el hombre.

Saber mirar exige contemplar el mundo con mirada de niño, dispuesto siempre a descubrir novedades aún en lo más obvio, descubrir lo profundo; saber escuchar no sólo es oír con atención sino colocarse en el lugar del otro e intentar comprenderle; saber pensar implica “adensar” en la mente lo que se ha mirado y escuchado, contemplar la realidad, pararse a pensar, detenerse a reflexionar; saber expresarse significa encontrar una voz propia para expresar con vigor lo pensado. Todo esto exige a su vez conocer la naturaleza humana, referencia principal de cualquier realidad. (Sánchez, José Francisco; 2002, 3-9)

Pérez Latre respalda la tesis de Sánchez y recomienda para la formación de los nuevos comunicadores el estudio de las humanidades, y la potenciación de las “grandes habilidades culturales”: saber leer, saber hablar y escribir. Anota la necesidad de valorar las ciencias sociales que permitan a los comunicadores comprender mejor la realidad, la práctica del trabajo en equipo y el diálogo enriquecedor; y añade que debe fomentarse en los

“

Si la comunicación tiene como objeto y fin al hombre, el estudio de las Humanidades se vuelve imprescindible, no sólo porque permiten conocer desde la Filosofía, la Historia, la Antropología, etc; las dimensiones de la personas; sino porque fomentan las capacidades de análisis, al ponderar la reflexión sobre el conocimiento práctico

y utilitario

”

estudiantes una educación crítica ante los medios de comunicación, pues estos no constituyen un reflejo absoluto de la realidad, y un comunicador profesional debe saber que la realidad se conoce mejor a través de la investigación en las fuentes directas. (Pérez-Latre, Francisco; 2003, 255-256)

Si la comunicación tiene como objeto y fin al hombre, el estudio de las Humanidades se vuelve imprescindible, no sólo porque permiten conocer desde la Filosofía, la Historia, la Antropología, etc; las dimensiones de la personas; sino porque fomentan las capacidades de análisis, al ponderar la reflexión sobre el conocimiento práctico y utilitario.

3. La formación profesional corresponde sobretudo a una obligación personal, no culmina con la obtención del grado, sino que es una tarea continua

Si bien la Universidad es responsable de proporcionar unas bases sólidas para el desempeño de la profesión, la formación profesional no se agota con la obtención del título; al contrario exige del comunicador la obligatoriedad personal de actualizar constantemente sus conocimientos y de afinar su sensibilidad para comprender las realidades con las que tra-

baja. Además la necesidad de actualizarse no sólo deriva de la dinámica innovación tecnológica que caracteriza esta carrera, sino también de los nuevos desafíos deontológicos que las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC's) generan.

Para Marisa Aguirre, profesora de la Universidad de Piura, la cualificación profesional informativa, lejos de restringir el derecho de la información, potencia el derecho de la información, pues garantiza la calidad de ésta. La información será de tanta mayor calidad cuanto mejor formados estén los ‘comunicadores’, “titulares como personas del derecho de la información y depositarios como profesionales de la delegación tácita del sujeto universal” de este derecho. (Aguirre, Marisa; 1988, 78)

Sánchez Aranda, historiador de la prensa, opina que el enfrentamiento entre las posturas académicas y empíricas sobre la formación de periodistas ya no tiene vigencia. De acuerdo a sus investigaciones, ha comprobado que en los medios españoles, los periodistas y las empresas de comunicación brindan una alta valoración hacia la formación académica recibida en la universidad como garantía de calidad en el trabajo; sin embargo se comprueba que existe un mayoritario desinterés de los periodistas por continuar formándose. (Sánchez Aranda, José Javier; Rodríguez Andrés, Roberto; 2003, 156-159)

La formación continua no debe contemplarse en estricto como una imposición del mercado laboral que exige profesionales cada vez más competitivos; es necesario darle otro sentido al estudio para convertirlo en un medio de crecimiento personal, de mejora de uno mismo. “El estudio no es, por tanto, tan sólo un camino para adquirir conocimientos, sino también y esencialmente una actitud permanente de empeño por ‘estar en el mundo’, es conquista de la verdad, es búsqueda del perfeccionamiento personal”. (Aguirre, Marisa; 1988, 80)

4. Ser buen profesional exige en contrapartida ser una buena persona

Desde inicios del siglo pasado se ha discutido con ardor sobre el alcance y los efectos en la opinión pública que tienen los medios de comunicación, y más tarde sobre otros ámbitos de la comunicación como la publicidad y el marketing. Aunque las ciencias sociales no hayan encontrado respuestas definitivas para explicar el impacto de los media en la sociedad y el hombre, lo cierto es que, de acuerdo a las características del mundo contemporáneo,

las personas tienen menos tiempo y espacio para la reflexión y su real autoconocimiento.

En este contexto, no se puede negar que los media y la industria cultural se introducen en las esferas interiores de las personas e influyen en su visión de la vida. La trascendencia social de las actividades comunicativas exige cuestionarse sobre las capacidades de quienes operan y dirigen los medios de comunicación y la industria cultural.

Pensadores tan importantes de nuestra época como Karol Wojtila, han reconocido la relevancia especial que tienen los comunicadores en el mundo actual. Wojtila afirmaba que “pocas profesiones requieren tanta energía, dedicación, integridad y responsabilidad como ésta y, además, al mismo tiempo, pocas son las profesiones que tienen tanta incidencia en los destinos de la humanidad” (Fiestas Léngoc, Eulalio; 1991, 56-57).

Así mismo, Wojtila destacaba la necesidad de un nuevo estilo de comunicación, que promueva “el respeto al otro, el sentido del diálogo, la justicia, la ética sana de la vida personal y comunitaria, la libertad, la igualdad, la paz en la unidad, la promoción de la dignidad de la persona humana, la capacidad de participación y de compartir” (CELAM; 1983, 108).

Estos ideales sobre el desempeño de los medios exigen sin duda profesionales con alta calidad humana, con una solidez moral y con una perspectiva clara y coherente sobre los valores que ponen en práctica. No es posible pensar que una mala persona puede convertirse en un profesional brillante, si esto sucede, dura poco, la frivolidad y el pensamiento superficial siempre quedan al descubierto. Esto comprueba un principio aristotélico que afirma que “el obrar sigue al ser”, o dicho de otro modo, “se hace lo que se es”.

Reflexionar sobre la calidad del comportamiento nos remite de inmediato a la Ética, ciencia en la pueden encontrarse guías fundamentales sobre la moralidad de las acciones. Hacer uso de la Ética no debe resultar algo extraño o demasiado elevado para los profesionales de la Comunicación, porque se refiere sobre todo a una actitud interior y personal de cuestionar la propia conducta.

En palabras de Maricruz Castro, se puede decir que ser profesionales éticos significa “ser capaces de (...) acallar el ruido de la vida contemporánea, aplacar las presiones, suspender momentáneamente el movimiento circundante para poder cuestionarse sobre nuestras ideas y

nuestro comportamiento” (Castro, Maricruz; 2001, 50). Dicho de forma más artística, al estilo de García Márquez, la ética acompaña inseparablemente el quehacer profesional “como el zumbido al moscardón”. (en Restrepo, Javier Darío; 2004, 10-11)

Nuevamente la reflexión se muestra como un pilar fundamental en el desempeño profesional de la Comunicación. Es importante que el comunicador social reconozca el valor de la persona para desarrollar su actividad de manera eficaz y plena, pues el ser humano es el centro y fin de todas las acciones comunicativas. Valorar al otro exige valorarse a uno mismo. Un profesional que aspira actuar rectamente en su trabajo, debe tener ideas sólidas sobre la dignidad humana y esto le exige conocer antes “su verdad en cuanto a su ser persona” lo cual sólo puede lograrse a través de la reflexión sobre la propia naturaleza humana. (Garay, Andrés; 1994, 129)

Ser éticos es una tarea difícil y un reto constante, no sólo de desempeño profesional, sino de crecimiento personal y el crecimiento personal es ilimitado. Para Kapuscinski, reconocido reportero de guerra, ejercer el buen periodismo exige ser un buen hombre o una buena mujer. “Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias...”. (Kapuscinski Ryszard, 2002, p.38)

Para terminar deseo citar al profesor Francisco Sánchez, quien nos da una idea de cómo encontrar las fuentes para el comportamiento ético: “No se aprende humanidad exclusivamente en los libros. Sólo es capaz de entender lo genuinamente humano -y por tanto de hacerlo entender- quien se acerca siempre a las personas, no ya con respeto, sino incluso con cariño; quien procura tratar a los demás como fines en sí mismos y no como medios para alcanzar otros fines que siempre serán egoístas. El que procede así -el que trata a los demás como medio para sus propios fines- es un manipulador por muy dignos o elevados que sean sus propios fines. Y un manipulador es la antítesis de un buen comunicador. (Sánchez, José Francisco; 2002, 9)

■ **Andrés Garay Albújar es profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, en Perú.**

Bibliografía

- Aguirre Nieto, Marisa (1988). *El deber de formación en el informador*, EUNSA: Pamplona.
- Castro Ricalde, Maricruz (2001). *Ética y discurso periodístico: ¿una vuelta hacia el humanismo?*, Palabra Clave, Número 5, diciembre de 2001, Bogotá, Universidad de la Sabana, p. 43-62.
- Garay Albújar, Andrés Martín (1994). *Estructura conceptual del informador social. Un análisis a partir de la perspectiva del personalismo existencial de Karol Wojtila*, Tesis de licenciatura, Universidad de Piura: Piura.
- Kapuscinski, Ryszard (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*, Barcelona: Editorial Anagrama.
- Latorre Izquierdo, Jorge (2003). *A propósito del 11 de septiembre: ruidos en la comunicación de la complejidad*, en VV.AA, Profesionales para un futuro globalizado, Actas del VII Congreso Internacional de Comunicación, Universidad de Navarra: Pamplona, p. 401-414.
- Llano Cifuentes, Alejandro (1988). *La nueva sensibilidad*, Espasa Calpe: Madrid.
- Ortiz Leiva, Germán (2001). *Comunicar sin perspectivas ¿Para qué?*, Palabra Clave, Número 4, febrero de 2001, Bogotá, Universidad de la Sabana, p.76-83.
- Pérez Latre, Francisco J (2003). *Educación para la reflexión*, en VV.AA, Profesionales para un futuro globalizado, Actas del VII Congreso Internacional de Comunicación, Universidad de Navarra: Pamplona, p. 251-257.
- Restrepo, Javier Darío (2004). *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de la ética periodística*, México D. F: Fundación para un nuevo periodismo iberoamericano, Fondo de cultura económica.
- Sánchez, José Francisco (2002). *La escritura como modo de vida. A propósito de un tal Pomar*. Conferencia pronunciada en la apertura de curso de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Vigo.
- Sesé Alegre, José María (2002). *Las Humanidades en la Universidad del Tercer Milenio*, Universidad de Piura: Piura.

Transformaciones en el campo laboral de la información y comunicación

Retos para la formación de los comunicadores sociales en Venezuela

Informe elaborado para la reforma del pensum en la Escuela de Comunicación de la UCAB

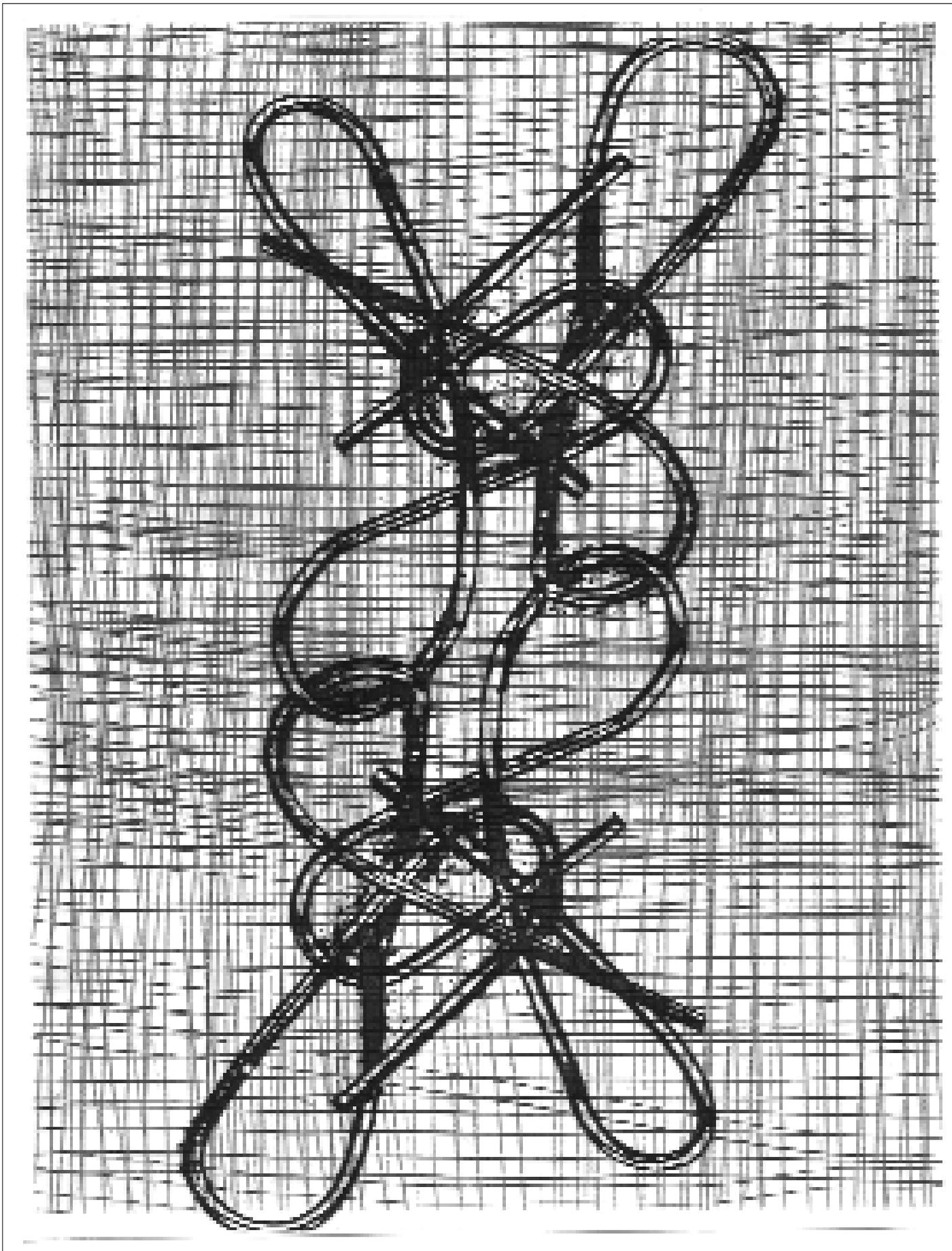
■ **Jesús María Aguirre**

Resumen

Las siguientes anotaciones forman parte de un informe más extenso sobre las transformaciones de la tecnología social de la información y comunicación, que condicionan la labor de los profesionales del periodismo y de la comunicación social en las industrias culturales. En esta primera parte se consideran principalmente los cambios impuestos por la mediación tecnológica en el contexto global y venezolano, que afectan al mercado laboral, así como las variaciones en la oferta del campo académico. Al final se sintetizan las observaciones sobre el campo laboral y académico y se realizan recomendaciones para el proceso formativo. Si bien el informe ha sido elaborado para responder a las demandas de reforma académica en la Universidad Católica Andrés Bello, no es un documentado consensuado y por tanto las opiniones vertidas corresponden al autor

Abstrac

The following notes form part of a longer report on developments in information and communication technology that affect the work of journalists and communications workers in the cultural industries. This first segment looks primarily at the changes imposed by technological mediation, in the global as well as the Venezuelan context, which affect the labour market, and at the changes in opportunities in the academic field. It ends with a summary of the observations on both, and makes recommendations regarding the training process. Although the report was drawn up in response to the need for academic reform at the Andrés Bello Catholic University, it does not represent a consensus, and the opinions it contains are therefore the exclusive responsibility of the author



Hoy sobreaman los ensayos y artículos que pretenden orientar sobre la formación de los comunicadores y periodistas en el siglo XXI. Con un enfoque simplificador se homogeneizan las características del mercado laboral en la etapa de digitalización, se recortan las diferencias funcionales de los puestos de trabajo y se definen algunas pautas sobre los contenidos y capacidades requeridas para el ejercicio profesional, que deben ser adquiridas en la etapa formativa.

Sin embargo, como comprobamos en nuestro estudio sobre “La estructuración de la identidad del comunicador social” (Aguirre, 1998) no basta con analizar las propiedades estructurales de un campo profesional para definir las estrategias formativas. Hay que tener en cuenta los contextos particulares de los mercados nacionales con sus variables económicas y políticas —a sabiendas del proceso de globalización—, los diversos ritmos de adaptación tecnológica, el grado de diversificación y competitividad del mercado laboral y de los centros formativos, así como las estrategias de los actores principales, como son el Estado, las empresas, los gremios profesionales y los centros de educación superior.

Aun reconociendo que podamos coincidir en algunos lineamientos con otros expertos de enfoque estatista —derivado del gobierno actual— o mercantilista —producto de las urgencias del mercado actual— en la definición de los requerimientos generales para la formación de los comunicadores sociales en la fase digital, adoptamos otra perspectiva heurística más integradora y humanística¹. No queremos decir que esas otras trayectorias formativas no sean válidas para responder a necesidades nacionales e incluso competitivas en el mercado laboral actual, sino que no se corresponden al enfoque de una carrera formativa con una integración disciplinar, adaptada para los estudiantes que egresan de la segunda etapa (bachillerato) a fin de capacitarse para un campo laboral amplio, cambiante y flexible.

De ahí, pues, que las siguientes observaciones estén referidas a un emplazamiento particular como es el venezolano y respondan a un horizonte planteado desde un centro privado de educación superior, que ofrece estudios de pregrado a estudiantes que provienen, principalmente, de la formación secundaria, y deben adquirir competencias profesionales para responder a las necesidades comunicacionales del país.

“

Después de casi diez años, cuando ya buena parte de las innovaciones tecnológicas digitales son moneda corriente y ha estallado la “burbuja electrónica”, conviene retomar la reflexión sobre las formas en que ha sido afectado el campo de la comunicación social, los modos en que han cambiado los procesos de producción y distribución y la transformación de los perfiles ocupacionales

”

Partiremos, en primer lugar, de la descripción de las tendencias actuales en las industrias culturales, afectadas por las innovaciones tecno-digitales, que condicionan la labor de los comunicadores, para ofrecer, en segundo lugar, las condiciones del marco laboral y académico venezolano, y concluir con algunas observaciones estratégicas para la formación. (Aparte hemos realizado otro estudio sobre “Los nuevos perfiles y competencias en el periodismo digital”, próximo a publicarse).

1.- Tendencias actuales en el sistema tecnológico que afectan al mercado laboral y al perfil del comunicador social².

Después de casi diez años, cuando ya buena parte de las innovaciones tecnológicas digitales son moneda corriente y ha estallado la “burbuja electrónica”, conviene retomar la reflexión sobre las formas en que ha sido afectado el campo de la comunicación social, los modos en que han cambiado los procesos de producción y distribución y la transformación de los perfiles ocupacionales.

Hasta el presente han abundado los ensayos y discusiones —a menudo especulativas— sobre las implicaciones de la digitalización en el campo de la comunicación

social. Con cada innovación tecnológica no han faltado apocalípticos que han profetizado el fin del periodismo o de los periodistas, pero hoy contamos con una experiencia de una década para describir y evaluar las transformaciones fundamentales del ejercicio periodístico así como las competencias requeridas para su desempeño. Como aún no están plenamente desarrolladas las virtualidades de la convergencia entre las telecomunicaciones y el audiovisual (Miége, 2000), nos remitiremos principalmente al campo del periodismo.

En este ensayo partimos de dos supuestos, anclados en anteriores experiencias: la primera es que la función social del periodismo sigue vigente, a pesar de las mutaciones tecnológicas y del incremento de las modalidades individualizadas (blogs, bitácoras, páginas personales, etc.). Es decir, permanece la necesidad de la cualificación de personas especializadas por la experticia en la selección de fuentes y contenidos y por sus destrezas en el manejo de la expresión e interacción pública (Armañanzas, 1996; Weaver, 1998; Díaz Noci y Meso K., 1999; Rosen, J. 1999; López, N. 2001; Estévez, 2002; Aguirre, 2003; García y Capón, 2004).

La segunda premisa supone que a partir de la introducción de una innovación tecnológica transversal como la Internet, hay una redefinición de los medios tradicionales, un reacomodo de sus funciones sociales por la convergencia tecnológica y concomitantemente de las ocupaciones y tareas (Alvarez y Neuman, 2000; Aguirre, 2001; Flores y Arruti, 2001).

En esta presentación expondremos, principalmente, las innovaciones más significativas del campo tecnológico que condicionan la labor de los comunicadores sociales y más específicamente de los periodistas.

Aunque somos conscientes del paso de la etapa analógica a la digital, en la que la convergencia creciente de las TIC ha ido rompiendo las fronteras tradicionales entre los diversos medios de comunicación —enfoque que requeriría un estudio ad hoc—, todavía estamos en fase de transición (Martí, Franques y Pérez-Portabella, 2006) y prevalece la inercia en la clasificación de las empresas de medios y en las rutinas de los usuarios, razón, aunada a la de la claridad expositiva, por la que seguiremos la distribución aún típica, haciendo las salvedades pertinentes cuando el caso lo amerite.

Veamos a continuación las innovaciones más significativas que condicionan la labor de los comunicadores sociales de nuestros medios en la actual etapa de transición de

la etapa analógica a la digital y en pleno proceso de globalización:

Prensa digitalizada

● Como pronosticamos frente a ciertos agoreros del fin del periodismo, no ha resultado cierta la tesis de que los servicios de acceso personalizado a la información sustituirían a los periódicos editados y preparados por los periodistas profesionales (Aguirre 1997; 2001). Más bien se ha dado el fenómeno de la redefinición funcional del antiguo medio respecto al nuevo, tal como ha ocurrido en las anteriores transformaciones tecnológicas e incluso el nuevo periodismo digital se ha desarrollado sobre la base de la reingeniería de las empresas periodísticas existentes, del reciclamiento y del adiestramiento de los recursos humanos.

● La lectura de los periódicos y revistas impresas ha sufrido efectivamente una pérdida de lectores, especialmente entre las nuevas generaciones, que tienden más a recurrir a los sistemas de información digital³. Se calcula que, a escala mundial, la difusión de prensa diaria está bajando, como media, un dos por ciento anual (www.editorsweblog.org). Ahora bien la pérdida de lectores tradicionales tiene que ver con múltiples factores y entre las principales causas, además de Internet, se señalan la pérdida de credibilidad de los medios masivos y el avance de los diarios gratuitos. En estos últimos la publicidad representa el total de sus ingresos, mientras en los de pago alcanza el 75%. La mayoría de los lectores de los diarios gratuitos son mujeres y personas de menos de 30 años. El abandono de la lectura de la prensa diaria está motivado también por la falta de tiempo de los ejecutivos y gente culta (www.stateofthemedias.org).

● El impacto del acceso a la información por Internet tiene que ver con la agilidad, actualidad –información en tiempo real–, apoyatura visual e infografías, complementariedad con otros servicios de música, correo electrónico, búsquedas, emisiones de TV., radio, videojuegos, etc., y el abaratamiento de los servicios comunes.

● La prensa escrita ha reaccionado publicando ediciones paralelas en línea –el 79% de los diarios están presentes en Internet–, y ofreciendo múltiples servicios complementarios al estilo de un supermercado de productos digi-

“

Cada una de estas nuevas tecnologías sociales ha multiplicado las fuentes de información y exige gestores de información, moderadores de procesos comunicativos con habilidades suficientes para facilitar el flujo de mensajes disponibles entre los distintos actores sociales y con capacidad para aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles

”

tales. Las nóminas de periodistas de los puntocom en América Latina representan entre el 5 y 10 por ciento de la redacción total (El Tiempo, 2004).

● Otros dos fenómenos mediáticos que han transformado los dispositivos informativos son el teléfono celular y los blogs, bitácoras o diarios personales publicados en Internet. Los teléfonos celulares de última generación permiten el acceso tanto a cadenas de televisión como a Internet y constituyen una ventana abierta en todo momento y lugar a cuanto pasa en el mundo (Lassica, J.D., 2002a).

● En cuanto a los weblogs, hay que destacar que se expandieron sobre todo en el segundo semestre del 2004 –hay unos siete millones en todo el mundo–, y según algunos estas bitácoras serían el antecedente de la posible desaparición del periodismo profesional. De esta manera los medios tradicionales perderían el privilegio de ser los intermediarios exclusivos en los procesos de comunicación pública (<http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html>). Pero, de hecho, los mismos diarios han comenzado a incluir blogs en sus ediciones digitales, y por ahora los autores y/o propietarios basculan entre los activistas que inten-

tan influir en la opinión de políticos y periodistas, o entre los intelectuales que buscan cierto liderazgo cultural (García y Capón, 2004).

● En la polémica sobre si es preferible la declarada subjetividad de los blogs a la falsa objetividad de algunos diarios prestigiosos, no queda más remedio que remitirse a una serie de experiencias provisionales. El informe sobre el estado de los medios de comunicación en Estados Unidos (www.stateofthemedias.org) diagnostica que el nuevo modelo de periodismo es “más rápido, más barato, menos riguroso y hace mucho más fácil manipular a la opinión pública bien sea en interés del gobierno, de grupos de presión o de empresas”. Precisamente, los medios que más crecen –televisión por cable y blogs en Internet– son los que abandonan el modelo riguroso y plantean la necesidad de que los medios de calidad “más que portales sean árbitros para autenticar la información”.

● Hoy, parece acertada la predicción de que ya la profesión periodística no puede ser ejercida en la práctica sino por aquellos que están en condiciones de utilizar y gestionar los nuevos sistemas digitales y los nuevos lenguajes informativos. Tras la crisis del estallido de la burbuja electrónica del 2000, que obligó a los medios tradicionales a efectuar más recortes en sus divisiones de Internet, existe un riesgo de que el periodismo de rigor ceda su dominio a empresas como Google, Microsoft y a los bloggers (Sáez, 2005).

● Cada una de estas nuevas tecnologías sociales ha multiplicado las fuentes de información, exige gestores de información, moderadores de procesos comunicativos con habilidades suficientes para facilitar el flujo de mensajes disponibles entre los distintos actores sociales y con capacidad para aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles. Hasta el presente ha predominado una redefinición empírica de los puestos ocupacionales, y la misma dinámica empresarial ha obligado a la adquisición de nuevas competencias tecno-expresivas, aún en fase de definiciones más formales (Franquet, 2000; Aguirre, 2006).

● Dado que las tendencias tecnológicas no son determinantes del tipo de sociedad, hay que reconocer que existen dos estrategias contrapuestas. Frente a los que creen que la multiplicidad de

fuentes favorece una dinámica democratizadora y multiplicadora de empleo, está la duda razonable de quienes están persuadidos de que si dicha expansión no es contrarrestada va a ser controlada por los grandes consorcios que disponen de los servidores principales y dirigen las plataformas digitales. A este respecto vale recordar la opinión de Manuel Castells en el Foro Social de Porto Alegre (www.software-libre.org), quien considera que “la preservación de la libertad de expresión y comunicación en Internet es la principal cuestión en la libertad de expresión en nuestro mundo” y nos lanza la distopía de que “imaginemos un mundo de Internet con tecnología propietaria de ATT y Microsoft” (Revista Comunicación, N° 129, Primer Trimestre 2005, pp. 32-36). Las Universidades no son ajenas a este dilema.

El audiovisual

- A propósito de la radio, considerá-bamos que ante la crisis de una radio informativa con vocación de totalidad, se harían perentorias las búsquedas de nuevas fórmulas, sobre todo de especialización de contenidos y que, dadas las posibilidades de las radios digitales se incrementarían las fórmulas que propiciarán la interacción con los usuarios bajo cualquiera de los anteriores modelos (All News, Talks, etc.).

Por otra parte, frente a la predicción tremenda de la desaparición de la televisión clásica, era previsible que la televisión generalista sobreviviría en el proceso global de multiplicación de la oferta por vía satelital y por cable, buscando sistemas combinados analógicos y digitales, tanto por exigencias políticas de mantener contacto con usuarios de estratos más bajos como por las ventajas de la publicidad de productos más genéricos de consumo masivo (Aguirre 1997).

- Todas estas afirmaciones, formuladas en principio en un contexto de privatizaciones, tienen que ser matizadas en el caso venezolano por nuestras particularidades económicas como país petrolero y sobre todo por las decisiones de política comunicacional, puesto que en la coyuntura actual la mitad de los recursos mediáticos son manejados directa o indirectamente por el gobierno (Antonio Pasquali: Las comunicaciones del régimen, El Nacional, 28-08-2005).

“

Posiblemente sea el campo cinematográfico el que ilustra mejor las paradojas de las TIC al enfrentarse los procesos descentralizadores favorecidos por las nuevas tecnologías y las tendencias concentradoras de las empresas industriales

”

- La evolución de los medios en Venezuela se ha caracterizado por cierta disritmia tanto en los adelantos como en los rezagos del medio audiovisual respecto a otros países. Así como la incorporación del cine, radio y tv. en el país fue más bien temprana, en cambio la adopción de la tv. a color y la apertura de las señales FM fue tardía. Otro tanto ocurrió con la adopción prematura del vídeo-cassette bajo el sistema Betamax y frente al VHS, que terminó imponiéndose. Hoy también se dan semejantes arritmias cuando, por ejemplo, sin tener una infraestructura sólida de telefonía fija, nos adelantamos en el acelerado e intensivo uso de teléfonos móviles/celulares. O cuando, habiéndonos retrasado en la explotación de las señales FM, ahora se han multiplicado las radios comunitarias por impulsos políticos.

- También en el medio radiofónico se impone una dualidad estratégica con el riesgo de que bajo la aparente democratización haya una alta concentración cupular. En un evento realizado el 17 de junio en la Universidad Católica Andrés Bello sobre las nuevas tendencias, “Hablemos de futuro”, nuestro radialista Elí Bravo, al destacar un tanto retóricamente el cambio habido de la AM a la FM afirmaba: “Antes la radio

era la emisora. Ahora la radio es el que hace la emisora”. Después expuso la lista de últimas novedades en el mundo de la radio satelital (Sirius Satellite Radio, XMradio), de la radio visual, de la radio digital, y, en fin, del “podcasting” de creación de contenidos para otras radios. Más allá de la información sobre las innovaciones destacaba su leit motiv de que “ya no es el programador el que decide” o “seamos todos emisores” (Banco de Venezuela. Grupo Santander, 2006).

Quien haya leído *Elementos para una teoría de los medios de comunicación* del alemán H.M. Enzensberger, escrita hace ya más de treinta años, se verá con semejantes consignas ante el impacto causado por el alcance de las telecomunicaciones y las posibilidades interactivas de los sistemas de comunicación: programas descentralizados, interacción de los participantes, control socializado por organizaciones autogestoras. Pero la experiencia histórica de estos años nos demuestra que no hay que sucumbir a un optimismo tecnocrático con la ingenuidad que supone una armonía preestablecida de intereses económicos y sociales en la distribución de recursos tecnológicos y simbólicos o también un crecimiento del campo de trabajo. La expansión de radios libres, por ejemplo en los países europeos, debido a la liberalización de los años 80 desembocó posteriormente en una regulación creciente y en la captura por parte de los grandes consorcios de un sinnúmero de emisoras libres sin capacidad de autosostenerse. Otro tanto ocurre hoy con el manejo de los grandes flujos de la radio en línea de Internet con el sistema de emisión “streaming” (transmisión en flujo constante) y de las llamadas equívocamente ‘radios inteligentes’ y/o semánticas’ como Last FM, Pandora, Launchcast. Esta última, por ejemplo, cuenta con el apoyo del reproductor de música Yahoo y el catálogo musical de Universal Music.

- En el campo de la **industria discográfica** lo sucedido con Napster ilustra bien las coordenadas en las que se mueve la industria cultural de la música cuando son afectados los intereses de las casas matrices. El fenómeno Napster ha dejado huella. Napster es un servicio de intercambio de archivos musicales mediante MP3 (un sistema de compresión de archivos que permite transferirlos por medio de las computadoras, rápidamente y sin perder

calidad) fundado en mayo de 1999 en California. La tecnología P2P empleada solucionaba la necesidad de mandar información directamente de un ordenador a otro sin tener que pasar por máquinas centrales (servidores) que están en Internet”. El joven fundador de la compañía, Shaw Fanning, dejó clara una cosa, se puede crear, casi de la noche a la mañana, una comunidad de más de 50 millones de personas intercambiando música gratuitamente por Internet, saltándose los canales comerciales tradicionales.

Pero en diciembre de ese mismo año ya tenía tanto éxito que enfrentó una demanda de la Asociación de la Industria Discográfica de Estados Unidos (RIAA, por sus siglas en inglés) por violación de los derechos de autor. Ante los riesgos que suponía esta tecnología en la explotación comercial de Internet y su adopción en masa en los años noventa las casas matrices reabsorbieron el movimiento y promovieron la actual centralización de la Red a través de las condenas judiciales y la persecución de lo que consideran actividades de piratería⁴.

● Últimamente los **móviles/celulares** musicales⁵, aunque es improbable que reemplacen totalmente los reproductores de música digital, por ejemplo los iPod con más capacidad de almacenamiento, se están convirtiendo en uno de los renglones de más éxito económico a través de las redes. En Japón las ventas –desde simples tipos de timbres a canciones enteras– representan cerca del 20% de todo el mercado musical. Es más probable que Venezuela sea un país consumidor de estos gadget –solamente el iPod de Apple tiene unos 2.000 accesorios– que productor de los mismos. La articulación progresiva entre los servicios telefónicos (UMTS) y los sistemas inalámbricos de altísima velocidad (WCDMA/HSDPA) abre otro mundo de posibilidades en que se hacen presentes no solamente los mensajes auditivos y de texto, sino el acceso a Internet y a la TV Móvil, que requerirán también operarios y alimentadores de contenidos, sean o no periodistas.

● En el panorama del **cine** los blockbustero y el impacto de la piratería son las notas relevantes. Posiblemente sea el campo cinematográfico el que ilustra mejor las paradojas de las T.I.C. al enfrentarse los procesos descentralizadores favorecidos por las

“

Pero una vez más los cambios reales tampoco han estado a la altura de los mitos mercadotécnicos. Según la tesis que hemos sostenido anteriormente de que cada nuevo medio no anula los preexistentes, sino que opera una redefinición funcional, vemos que no se ha dado el fin de la televisión clásica, si bien va pasando del sistema analógico al digital

”

nuevas tecnologías y las tendencias concentradoras de las empresas industriales. En 1975 la producción en escala de Hollywood dio un vuelco significativo cuando estrenó la película *Tiburón* de Steven Spielberg, porque fue la primera cinta que recaudó de 100 millones dólares en Estados Unidos en un tiempo récord con un retorno exitoso y rápido del capital invertido.

Frente a las modalidades tradicionales de los estudios, se han afinado las estrategias de mercadeo de los “blockbuster” combinando la exhibición del filme con la venta de innumerables productos asociados al mismo y además estrenando las películas en la época de verano –coincidiendo con las vacaciones escolares–.

Ante esta dominancia mundial del cine norteamericano, basado en efectos especiales cada vez más sofisticados y vehiculado por una red de mercadeo global, las demás cinematografías han pasado a la penumbra de la visibilización y a los mercados paralelos de segunda categoría. El ataque contra la solidez de este mundo de los “blockbuster”, no ha provenido de la competencia cinematográfica de otras empresas, ni siquiera de Japón o de la Comunidad Europea, sino de la red de piratería internacional

A pesar de la reducción creciente del tiempo entre el estreno y la exhibición internacional, los especialistas en el copiado y distribución de películas a través de Internet o en DVD, el negocio del cine se enfrenta hoy a los mismos desafíos de las industrias discográficas, ya que cada vez las conexiones de Internet permiten transferir grandes archivos casi instantáneamente desde su aparición en cartelera.

Según informe de la firma PricewaterhouseCoopers la industria hollywoodense reportó en el 2004 la cantidad de 84 millardos de dólares. Junto con los videos, los DVD aportan alrededor de dos tercios de las ganancias anuales de la industria –55.600 millones de dólares–. A su vez la Asociación Cinematográfica de Estados Unidos calcula que la piratería supuso para los estudios una pérdida de más de 3 millardos de dólares, y esto sin incluir las cintas pirateadas en línea, cuya cuenta es muy difícil de estimar.

Los *nerds* cibernéticos, repartidos en EE.UU., Gran Bretaña, China, Rusia, Indonesia, Malasia, India y Filipinas ponen a disposición económica de todos los estratos sociales los filmes, obtenidos ilegalmente, pocas horas después de su estreno e incluso antes, como ha ocurrido en más de una oportunidad.

La democratización salvaje e ilegal, facilitada por la tecnología, se encuentra de nuevo en un impasse, tratando de crear nuevos dispositivos de seguridad para salvaguardar sus derechos –la discusión permanente– en la jungla global. Entre tanto, los más favorecidos son los estratos de menores recursos, que difícilmente pueden pagar las entradas al cine o comprar un DVD legal.

Pero su vez la piratería que se aplica a los productos extranjeros socava igualmente el exiguo mercado laboral de las producciones nacionales o de las coproducciones internacionales.

● Por su parte la **televisión** bascula entre los movimientos localizadores y globalizadores. Por una parte se multiplican los canales regionales y comunitarios basados en las ventajas de los nuevos sistemas, pero a la vez se da la concentración mundial de las grandes redes satelitales.

Si nos atenemos a la acumulación de innovaciones tecnológicas, el sector televisivo parecía el más promisorio en avances democratizadores. La convergencia entre los sistemas de telecomu-

nicación satelital y de cable, las sinergias entre la televisión digital y la explotación de más bandas, los dispositivos de compresión e interactividad, la miniaturización de los equipos de producción, y, en general, las condiciones favorables por el proceso de desregulación creciente en casi todos los países del mundo, incitaban a soñar más que nunca en el incremento de las posibilidades de acceso y participación de los usuarios.

Pero una vez más los cambios reales tampoco han estado a la altura de los mitos mercadotécnicos. Según la tesis que hemos sostenido anteriormente de que cada nuevo medio no anula los preexistentes, sino que opera una redefinición funcional, vemos que no se ha dado el fin de la televisión clásica, si bien va pasando del sistema analógico al digital. Hoy la televisión generalista sobrevive en el nuevo contexto de multiplicación de la oferta televisiva con innumerables canales especializados, que irán en aumento. (Alice M. Chacón, “Los medios barrio adentro”, *VenEconomía social*, Vol. 22, N° 10, julio 2005).

Desde el punto de vista programático las ofertas no han tenido que ver tanto con las mejoras participativas, sino con los cambios en los contenidos programáticos con una mayor relevancia de la televisión informativa, del docu-show realista o de los “reality show”.

El estilo de información continua, inaugurado por CNN ha sido imitado por emisoras y canales de televisión con resultados muy desiguales según diversos espacios geográficos, pero ha venido para quedarse. La Fox, cuando parecía imposible la entrada de una nueva gran cadena en los EE.UU. abrió brecha con una programación innovadora y competitiva, y hoy con su estrategia de crear marcas y distribuirlas de modo multimedia y multicanal se ha ido consolidando en el hemisferio. Incluso su canal exclusivo de noticias con un estilo amarillista y ultraconservador ha logrado superar a CNN en ciertos públicos.

La sacudida de la televisión tuvo que ver mucho con el cansancio de una parrilla de programación reiterativa, con series similares y “remakes”, con guiones previsible para unas audiencias cada vez más dotadas para la lectura televisiva. Los “reality show”, espectáculos sobre el escenario, directos, imprevisibles, improvisados, sin guión de hierro y en tiempo real, apa-

“

Habida cuenta que este tipo de empleo, altamente politizado, aplica la discriminación ideológica para la contratación del personal, no cabe hacerse ilusiones sobre la expansión del número de medios empleadores y de la oferta de trabajo a mediano plazo, al menos para gran parte de los egresados de las universidades privadas

”

recieron como una alternativa que removió las parrillas habituales.

Estos programas, si bien provocaron un impacto inicial por cuanto lo que allí ocurría ya no volvía a verse, han ido perdiendo espontaneidad y cada vez están más estructurados como si se tratara de una serie.

El impacto mayor de las transformaciones tecnológicas tiene que ver con el aumento del consumo por la oferta tan variada y sobre todo con la fragmentación de los públicos. Se acabaron los ratings con un share del 30 por ciento o más, en un mercado prácticamente duopolizado por los canales RCTV y Venevisión.

Últimamente se está expandiendo la difusión de programas televisivos por Internet cambiando la forma como la gente ve sus espacios favoritos. El programa IMP (Interactive Media Player) que es un sistema similar a Napster y Kazaa (peer to peer networking), permite descargar y compartir la mayoría de la programación televisiva de la BBC, incluyendo novela, noticias y programas deportivos. Además hace posible que los espectadores personalicen los horarios semanales en que desean ver sus programas favoritos. De la misma forma todas las grandes cadenas de Estados Unidos están tra-

tando de seguir la fórmula en una búsqueda por averiguar qué es lo que da resultado en línea.

En Venezuela Cantv ha solicitado permiso a CONATEL⁶ para ofrecer también servicios de televisión y video a través de sus infraestructuras de redes físicas y se abre a varios escenarios entre los que está el de la TV IP (Víctor Suárez, 2006).

Hoy la competencia tan enorme en la programación exige nuevas ideas, que vayan al compás de los hábitos y de la sensibilidad de las nuevas generaciones, a sabiendas que se nos avecina también la televisión P2P con la superación de los límites territoriales y la interacción creciente de los usuarios.

2.- Contexto comunicacional de Venezuela en la actualidad

Las anotaciones realizadas en la sección de “Tendencias” son plenamente valederas para nuestro país en lo que respecta al campo periodístico y al radiofónico. Hay una decadencia del número de **periódicos impresos** y lectores tradicionales de diarios, un desplazamiento de los medios tradicionales hacia los sistemas digitalizados e Internet y un aumento del trabajo precario entre los empleados de tales empresas.

Las promesas laborales del **medio radiofónico** son aún menos halagüeñas por sus características más informales. En este campo, que reúne unas 300 emisoras y donde se subemplean muchos jóvenes recién graduados, se aúnan, por una parte, la concentración de los circuitos con un ahorro considerable de la mano de obra para la producción y difusión de los noticieros, y por otra parte, especialmente en las radios comunitarias, el voluntariado y los convenios informales sin mayores costos. (<http://www.aporrea.org/mediosalternativos.php>).

Es un lugar común hablar de la crisis del **cine nacional** en todos los países desarrollados e incluso desarrollados a excepción de los Estados Unidos. A pesar de los incentivos estatales para el desenvolvimiento del cine en el país, la producción anual en sus mejores momentos no ha sobrepasado la docena, apenas algún que otro film ha logrado amortizar los costos, y excepcionalmente una ha entrado en la lista de las más rentables, gracias al apoyo de los grandes exhibidores (“Secuestro express”). Otra, como el “Caracazo”, ha debido su relativo éxito al apoyo del Gobierno, como hemos señalado anteriormente.

De las 341 salas-pantalla existentes en 1991 hubo un cierre progresivo de los cine-teatros y autocines hasta caer al límite de las 213 en 1996. Este fenómeno estuvo vinculado al auge del consumo del video-cine en el hogar por la compra y alquiler de video-cassettes. Posteriormente, ha habido una reconversión de los espacios de exhibición en torno a los centros comerciales bajo la modalidad de los multicines. Aunque, sin quebrarse el duopolio tradicional de exhibidores –Circuito Cines Unidos, Circuito Cinex–, para el 2002 el número de salas subió a 326 y el consumo hogareño de cine bajo el nuevo formato de DVD, sigue en aumento (Guzmán, 2003).

La posibilidad de ver otras cinematografías ha obligado a crear otros circuitos paralelos de exhibición, concentrados en algunas semanas, y auspiciados por el gobierno nacional y las embajadas.

El mercado dominado por la producción estadounidense apenas deja espacio para la exhibición de los filmes nacionales y los pocos laboratorios, como Bolívar Films, sobreviven con la producción publicitaria y el copiado de películas.

La **televisión** abierta (VHF / UHF), por suscripción y comunitaria ha tenido un auge considerable en el último lustro. Entre 1999 y 2005 el número de estaciones de VHF ha aumentado de 134 a 219, y a su vez del de UHF (incluyendo las comunitarias) de 26 a 216 (www.conatel.gov.ve). Pero este auge no refleja necesariamente el del número de canales que en el caso de las VHF alcanza a 22 y en el de las UHF unos 50. A su vez la TV por suscripción reúne 59. Las habilitaciones comunitarias y no comunitarias suman 49.

Esta realidad del sector televisivo en expansión no conlleva, sin embargo, a una expansión correlativa del campo de trabajo, pues muchos de los canales –especialmente las de suscripción– se nutren o bien de señales externas o bien de producciones importadas.

En resumen, las industrias culturales, utilizando el equipamiento tecnológico continuo y la progresiva convergencia digital, han ido imponiendo una figura de comunicador polivalente para el ciberperiodismo, en el que el exceso informativo, la celeridad productiva, la desregulación y el teletrabajo son condiciones habituales.

a) Estrategias de contratación de las empresas públicas

A diferencia de la década anterior, en que el auge de las tendencias neoliberales

“

Durante la anterior reforma curricular apenas había en Venezuela cinco Escuelas de Comunicación aprobadas por el CNU, entre las cuales destacaban por sus dimensiones y matrícula las de la Universidad Central de Venezuela, la de la Universidad del Zulia y la de la Universidad Católica
Andrés Bello

”

provocó una creciente privatización de empresas y la liberalización de sectores estratégicos, el gobierno actual ha ido agrandando el sector estatal y para-estatal de los medios de difusión.

Describamos el panorama actual de los medios públicos del Estado, contando con síntesis, realizada por el profesor Antonio Pasquali:

1º: cuatro televisoras nacionales e internacionales ideológicamente sincronizadas, VTV, Vive TV, ANTV y Telesur (con sus 45 repetidores, VTV es hoy la de mayor cobertura) respaldado desde 2002 por 25 televisoras para-públicas comunitarias;

2º: un número en constante crecimiento de Radios (la sola RNV cuenta hoy con 11 repetidores en AM y 32 en FM) próximas a copar la mitad del dial nacional, respaldado desde 2001 por 146 Radios para-públicas comunitarias/alternativas;

3º: un enjambre de medios impresos en que destacan *Vea* o *A Plena voz*, más de 72 periódicos para-públicos comunitarios;

4º: una multitud de sitios web, oficiales y para-públicos, en que figuran 24 de gobierno y 66 de “alternativa bolivariana”, estos últimos ocasionalmente repetidos por 62 sitios latinos y al menos 20 internacionales, género Radio Bolivariana de Miami o La Esquina Caliente de Berlín”. (Antonio Pasquali, “Las comunicaciones en el régimen”, *El Nacional*, 28-08-2005).

Como hemos señalado anteriormente, ha habido un crecimiento en el número de medios, pero ello no ha supuesto tanto un aumento del empleo productivo, sino un agrandamiento del aparato propagandístico del Estado, que es sumamente cauteloso al reclutar sus empleados.

Entre las consecuencias visibles están el aumento de la burocracia comunicacional, dependiente del Estado y la multiplicación de operadores marginales, sin mayor preparación, para cubrir los puestos de trabajo del sector para-estatal, compuesto por medios comunitarios y alternativos.

Este mismo fenómeno se reproduce en los departamentos de comunicación organizacional y publicitaria de las empresas del Estado, que anteriormente tenían cierta autonomía funcional, como en el caso de las empresas autónomas del Estado en el sector petrolero, telefónico, financiero, etc.

Habida cuenta que este tipo de empleo, altamente politizado, aplica la discriminación ideológica para la contratación del personal, no cabe hacerse ilusiones sobre la expansión del número de medios empleadores y de la oferta de trabajo a mediano plazo, al menos para gran parte de los egresados de las universidades privadas.

b) Estrategias de contratación de las empresas privadas

En la conformación del mercado de trabajo actual, independientemente de las proclamas del nuevo socialismo, imperan la desregulación y el recorte de derechos.

A la incertidumbre del mercado, que no estimula la inversión, se añade la dura competencia en un campo restringido por la expansión de los medios públicos del Estado, que absorben gran parte de los recursos publicitarios.

En estas condiciones todos los sectores principales de actividad y con mayor razón los secundarios aplican las siguientes medidas:

- La fragmentación de las empresas, buscando un adelgazamiento de la empresa matriz.
- El aumento de la subcontratación para abaratar costos salariales.
- El incremento de la precariedad y de la flexibilidad.
- El establecimiento de derechos laborales diferentes entre el personal antiguo

y las nuevas incorporaciones, aduciendo cambios tecnológicos.

Si a ello añadimos la tendencia a alquilar noticieros, artículos, programas y, en general, producciones ya exitosas en un mercado globalizado, es más probable que se expanda el empleo temporal y precario.

De hecho, las grandes expectativas de los comunicadores a finales de los 90, creadas por las nuevas fuentes de trabajo del periodismo digital, cuando se diseñaba la reforma de pensum, se han visto reducidas.

Después de la primera ola expansiva de las empresas, comenzaron a cerrarse medios y a recortarse plantillas y/o colaboradores. (Un caso ilustrativo fue la reconversión del diario *El Universal*, cf. Samira Saba 2002).

No sólo se redujeron las plantillas de producción digital, sino que bastantes periodistas trabajan desde sus casas y no son posibles de detectar los fraudes laborales. Bastantes periodistas mujeres trabajan con baja remuneración, debido a la compensación que les ofrece el poder laborar en el hogar.

Los llamados “periodistas multimedia” escriben, toman sonido e imagen y realizan tareas por la misma paga que antes se otorgaba a un periodista tradicional.

La gran competencia, unida a la indefinición profesional y a la invisibilidad laboral, ha llevado al desmejoramiento de la figura profesional, invadida por numerosos empíricos con baja preparación académica.

c) Situación de los comunicadores en el mercado laboral

A partir de los datos suministrados por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (<http://www.sntp.org.ve>), el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS, 2004) y el sondeo sobre periodismo online en América Latina, que incluye a Venezuela (El Tiempo, 2004), podemos inferir que el mercado laboral de los comunicadores está desmejorado respecto del pasado, no solamente por el desempleo y subempleo, sino por las condiciones devaluadas de su ejercicio.

En el campo del ciberperiodismo la mayoría de los periodistas de Internet de los diarios digitales latinoamericanos (87%) tienen entre 20 y 30 años. Este porcentaje en otros sitios web se reduce a 63%. Un 49% ganan menos que sus colegas de papel y un 43% igual; por otra parte son vistos por estos como profesionales de menor nivel.

El futuro no es muy alentador, si atendemos a las tendencias mundiales. En una encuesta, realizada por la Federación

“

El conjunto de la matrícula de todas las Escuelas de Comunicación, en el nivel de pregrado, rondaba por los cinco mil alumnos

”

Internacional de Periodistas, se concluye que el sector de los periodistas independientes sigue creciendo en proporción a la comunidad periodística total. Del total calculado de 225.000 periodistas que ejercen en 28 países de Europa, unos 70.000, es decir, casi una tercera parte del total, trabajaban como periodistas independientes. En África, América Latina y el Pacífico, entre un 20 a 40 por ciento de los periodistas trabajan por cuenta propia (Sirio 2006).

Resumiendo las características del campo laboral encontramos que:

- Gran parte de los nuevos periodistas tiene contratos temporales, debido a la flexibilización laboral.
- Hay un espectacular crecimiento de pasantes y voluntarios, egresados de universidades y academias con preparación más corta y deficiente.
- El empleo basura afecta a más del tercio de los periodistas en activo, lo que estimula el palangrismo.
- La situación aún es más grave en el campo audiovisual, especialmente en la radio y en los medios alternativos, donde el personal –aproximadamente la mitad– es “colaborador”.
- Si bien en las empresas públicas la situación económica promediada es mejor, la arbitrariedad en la selección

y despido de los empleados amenaza la estabilidad laboral.

d) Contexto académico de Venezuela en la actualidad

Durante la anterior reforma curricular apenas había en Venezuela cinco Escuelas de Comunicación aprobadas por el CNU, entre las cuales destacaban por sus dimensiones y matrícula las de la Universidad Central de Venezuela, la de la Universidad del Zulia y la de la Universidad Católica Andrés Bello.

Apenas dos de ellas, iniciaban los ciclos de cuarto nivel con maestrías y especializaciones (Ucab y Luz).

Mientras la Ucab se dirigía hacia la semestralización, otras Escuelas como la de UCV cambiaron para el régimen anual.

El conjunto de la matrícula de todas las Escuelas de Comunicación, en el nivel de pregrado, rondaba por los cinco mil alumnos.

En los años siguientes, si bien, algunos objetamos la apertura de nuevas Escuelas de Comunicación, principalmente en el Distrito Federal, donde ya era visible el excedente de oferta de egresados en un mercado saturado, sin embargo el CNU por diversas razones fue otorgando permisos. Así, por ejemplo, en el caso de la Universidad Santa María fue porque ya disponía de un viejo permiso, mientras en el caso de la Universidad Monte Ávila y Santa Rosa de Lima –ambas católicas– privaron otros argumentos, sea históricos o ideológicos, etc.

Actualmente, sólo la Escuela de Comunicación de la Universidad Santa María reúne más alumnos que todas las demás Escuelas del Distrito Federal (se aproxima a los cinco mil), y alcanza el número de la matrícula global de todas las Escuelas del país, durante el pasado proceso de reforma curricular.

A su vez el Gobierno central a partir de unos lineamientos del Ministerio de Educación Superior dispuso la apertura de la Universidad Bolivariana con 11 programas de formación a partir del 2003, entre los cuales priorizaron Gestión Ambiental, Gestión Social de Desarrollo Local y Comunicación Social. Los criterios prevalentes han sido el de la politización, municipalización y construcción permanente de currículo (Entrevista con el Rector Andrés Eloy Ruiz, 14-11-2005). Obvia decir, que el Gobierno prepara paralelamente al sistema educativo sus propios cuadros para sus medios de comunicación, aunque actualmente no está todavía en capacidad de ofrecer recursos de cuarto nivel.

A esta dinámica se añade la conformación de una Escuela de comunicadores populares, que prepara también sus recursos para los medios alternativos, según la concepción de ANMCLA (<http://www.aporee.org/dameverbo.php?docid=77386>).

En conjunto existen ya dieciséis escuelas universitarias de Comunicación –aún serían más si sumáramos las extensiones–, número que triplica el del periodo de la reforma anterior.

No disponemos de un ranking de calidad, como en otros países, de las Universidades y Escuelas del país, pero es un criterio compartido que la Escuela de la Ucab está entre las tres primeras, si no es la primera (véase entre otros el sondeo de la profesora Tiziana Polesel a los empleadores en el 2004-2005).

Las profesoras Elda Morales y Luz Neira Parra de la Universidad del Zulia han realizado un estudio comparativo sobre los currículos de las principales escuelas de comunicación del país y han demostrado las incoherencias de la mayor parte de los diseños curriculares y la prevalencia del énfasis tecnicista. Respecto al currículo de la Ucab, se destacan su equilibrio teórico-práctico y el énfasis investigativo, así como se advierten algunas fallas como la excesiva frondosidad y recargo de asignaturas (Morales y Parra, 2006).

El mismo director de la Escuela de la Universidad de Santa María, Lcdo. Levy Benschimol –egresado de la primera promoción de la Ucab y actual presidente del Colegio Nacional de Periodistas– manifestó que su modelo de referencia académica era la Escuela de la Ucab y que una veintena de profesores de la misma provenían de la Ucab (Entrevista personal con el profesor Jesús María Aguirre, septiembre de 2005).

Las diferencias curriculares entre las diversas escuelas, basadas principalmente en las tres menciones clásicas de periodismo, audiovisual y publicidad, son insignificantes desde el punto de vista profesional, aunque algunas privilegian más los aspectos doctrinales e ideológicos.

Todas las Escuelas importantes del Distrito Federal, a excepción de la Ucab, ofrecen también sus cursos en régimen nocturno y están distribuidas entre el este y el centro de la capital.

La actual sobreoferta de graduados en un mercado saturado refuerza el proceso, ya no de proletarización de los comunicadores, sino de disolución profesional ante la proliferación de la figura de trabajador independiente.

“

La consigna de las empresas en la fase de convergencia entre los medios es la de buscar profesionales capaces de coordinarse y de elaborar de manera distinta una información para diferentes soportes, atendiendo a la convergencia de los medios

”

3.- Resumen final y conclusiones

Del conjunto de observaciones, recogidas de los estudios que hemos manejado, no todas tienen el mismo valor, ni la misma sustentación empírica, pero queda claro que bajo el efecto de las transformaciones técnicas y de la desregulación de las relaciones laborales, el espectro de perfiles profesionales no dejará de extenderse y contará con menciones cada vez más heterogéneas en los medios reconvertidos y más aún en los espacios de convergencia digital.

A continuación ofrecemos una síntesis de los fenómenos más notorios.

a) Observaciones sobre el mercado laboral

- El mercado laboral se ha ampliado desde el punto de vista de la especialización funcional de los gestores de información y moderadores de procesos comunicativos con habilidades tecnológicas, sean comunicadores o no.
- La gran demanda generada por las TIC'S está asociada más a las profesiones de predominio técnico que a las de predominio periodístico.
- La presión del mercado laboral, a diferencia de la Universidad, va hacia la capacitación tecnológica más que a la de con-

tenidos, favoreciendo la capacitación ad hoc para los puestos de trabajo, más que la preparación humanística y ético-social.

- La sobreinformación exponencial de fuentes requiere de unas crecientes capacidades selectivas de canales y habilidades cognitivas en la discriminación de mensajes en un tiempo cada vez más corto.

- La consigna de las empresas en la fase de convergencia entre los medios es la de buscar profesionales capaces de coordinarse y de elaborar de manera distinta una información para diferentes soportes, atendiendo a la convergencia de los medios.

- Hay una preferencia por el recurso humano joven, capacitado en TIC's.

- Los profesionales incorporados a la producción de periodismo digital, principalmente jóvenes principiantes y pasantes/becarios están en condiciones laborales precarias y tienen numerosos competidores, egresados de las Universidades con especialización en Comunicación Social.

- Los profesionales, preparados en la mención de comunicaciones publicitarias y artes audiovisuales, tienen que competir con egresados de institutos técnicos superiores y academias afines que ofrecen las especialidades de publicidad, marketing y producción audiovisual.

- La superioridad académica de los egresados universitarios resulta una desventaja a la hora de ser contratados por primera vez, debido a las expectativas de mayor salario.

- El asociacionismo gremial –aunque no obligatorio, aparece tanto más necesario cuanto más fuertes son las tendencias disolventes de la función ética y social de la profesión, así como la flexibilización laboral, que desvaloriza el oficio.

b) Observaciones sobre el campo académico

- El incremento de Escuelas de Comunicación y Academias afines ha multiplicado aproximadamente por tres la oferta de egresados, desde que se realizó el anterior estudio de reforma en 1998.

- Las instituciones superiores y las Escuelas de Comunicación Social han ido por detrás de los procesos innova-

dores y han dado respuestas pedagógicas desiguales, dependiendo de la dotación de laboratorios y de la masificación de la matrícula.

- De los cuatro factores que pueden determinar el mejoramiento de la realidad educativa: inversión en infraestructura, cambio de plan de estudios, diseño de nuevas tecnologías y reciclaje del profesorado, éste es el más importante, ya que puede motorizar a los otros factores, pero es el más descuidado.

- El alto nivel de formación académica, incluido el postgrado, no garantiza la inserción pronta en el campo de trabajo, aunque es un valor agregado para ocupar posiciones de mayor jerarquía, que suelen ser reducidas.

- La rápida inserción en el trabajo, que se vincula erróneamente al logro formativo, no está vinculada a las calificaciones académicas, sino a otros múltiples factores de oportunidad, emprendimiento personal, conexiones familiares, ideología política –particularmente en etapas de polarización como la presente – y otros.

- La brecha tecnológica entre la Universidad y las Empresas es grande, sobre todo en el paso de la etapa analógica a la de convergencia digital, y para superarla se requiere del régimen de pasantías y/o de trabajos de grado-pasantías como puente de adaptación al campo de trabajo.

- Las diferencias en la evaluación de las ventajas y desventajas de los actuales planes de estudios y las especialidades correspondientes por parte de educadores y educandos no se basan tanto en la consistencia de los programas en sí como en las competencias de los docentes y en las particulares motivaciones de los estudiantes con trayectorias de formación personalizadas. Hay quienes optan por una vía más rápida con énfasis práctico-tecnológico y los que están interesados en una formación más integral. En este sentido los de la mención audiovisual están menos motivados, en general, para la conformación teórico-metodológica, que los de periodismo. Los alumnos de comunicación publicitaria se situarían en una posición intermedia.

“

Una reducción de la carrera a cuatro años, no asegura la fidelización de la matrícula al postgrado, ya que la tendencia es a buscar la preparación de cuarto nivel en una universidad distinta de aquella en la que se cursó el pregrado

”

”

c) Líneas estratégicas para la formación

- Ante la masificación de la matrícula en el sector académico la reducción de las exigencias de la carrera en términos de años y calidad educativa, parece un error en términos competitivos. Es preferible mantener el valor agregado de una carrera sólidamente establecida.

- Una reducción de la carrera a cuatro años, no asegura la fidelización de la matrícula al postgrado, ya que la tendencia es a buscar la preparación de cuarto nivel en una universidad distinta de aquella en la que se cursó el pregrado.

- Las tendencias curriculares actuales tienden a reducir el número de asignaturas gracias a la anualización de algunas materias, en particular las relacionadas con tecnología y lenguajes de los medios (escritos y audiovisuales).

- No hay argumentos sólidos, inferibles del mercado laboral, a favor del régimen anual o semestral respecto a las asignaturas teóricas.

- En la selección del régimen semestral o anual se detecta la pendularidad,

de quienes ven las ventajas perdidas en la adopción del nuevo régimen (mayor o menor facilidad de los procesos de inscripción, más o menos intensidad en la dedicación a las materias, etc.). Así la UCV que mantuvo un régimen semestral derivó hacia el anual, y la Ucab ha oscilado.

- Hoy se ve con más claridad que la digitalización debe ser asumida como un componente transversal de todas las funciones y especializaciones de la comunicación social.

- Es deseable que haya una formación polivalente por la que los comunicadores sea capaces de dar usos múltiples a un mismo producto o de utilizar los mismos factores de producción para realizar bienes diferentes.

- Se recomienda presentar un alto volumen de asignaturas multiregistro tanto en el ámbito práctico como teórico, de manera que las materias atiendan indistintamente a perspectivas periodísticas, publicitarias o de ficción.

- Es conveniente que los docentes hayan tenido alguna experiencia profesional en el campo de los medios de comunicación, que permita adecuar mejor la relación teórico-práctica de la profesión, sobre todo a partir de la digitalización.

- El “gap” tecnológico entre la Escuela y las Empresas debe ser resuelto por la vía de las pasantías y las alianzas, pues ni la Escuela está en capacidad de dotar sus laboratorios al día, ni las Empresas están en posibilidad de ofrecer el grueso de la formación académica necesaria para el ejercicio profesional

- La importancia creciente de las destrezas comunicativas en la sociedad de la información y de la comunicación abre unas posibilidades enormes al cuarto nivel, sobre todo para los profesionales de otras carreras, que requieren un entrenamiento *ad hoc* en un breve tiempo.

■ **Jesús María Aguirre. Director de la revista SIC del Centro Gumilla y miembro del consejo de redacción de la revista *Comunicación*.**

ESCALA SALARIAL COMPARADA EN CUATRO DIARIOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL

DIARIO EL UNIVERSAL		DIARIO EL NACIONAL		CADENA CAPRILES		DIARIO EL GLOBO	
Sueldo mensual (Bs.)	Área de trabajo	Sueldo mensual (Bs.)	Área de trabajo	Sueldo mensual (Bs.)	Área de trabajo	Sueldo mensual (Bs.)	Área de trabajo
				3.478.466	Jefe de Inform.	979.110	Diagram. Jefe
2.391.720	Investigación	2.640.000	Economía	2.702.700	Economía	949.698	Jefe Economía
2.342.116	Diseño	2.628.968	Cultura	1.805.882	Deportes	880.000	Redactor
2.213.244	Deportes	2.300.000		1.791.596	Fotografía	880.000	Redactor
2.120.280	Diseño	2.188.769	Fotografía	1.764.584	Fotografía	868.296	Internacionales
2.120.280	Diseño	2.165.000	Cultura	1.756.340	Fotografía	868.296	Fotografía
2.120.280	Diseño	2.084.000	Deportes	1.752.704	Judicial	860.989	Arte
2.216.970	Mágica	1.943.000	Internacionales	1.752.704	Deportes	834.900	Editor Nocturno
2.051.340	Investigación	1.600.000	Genérica	1.749.502	Deportes	834.900	Redactor
1.953.810	Política	1.552.926	Deportes	1.743.432	Internacionales	834.900	Redactor
1.953.666	Economía	1.546.812	Internacionales	1.734.420	Deportes	751.410	Sociales
1.941.908	Deportes	1.534.584	Fotografía	1.732.818	Política	751.410	Sociales
1.912.432	Estampas	1.485.673	Política	1.728.244	Hipismo	727.375	Redactor
1.860.764	Ciudad	1.455.103	Genérica	1.728.114		707.008	Gráfico
1.809.816	Ciudad	1.442.876	Fotografía	1.727.720	Política	698.280	Redactor
1.803.390	Ciudad	1.436.762	Fotografía	1.715.490		698.280	Redactor
1.803.390	Tiempo Libre	1.436.762	Deportes	1.699.690		698.280	Redactor
1.750.732	Economía	1.393.965	Fotografía	1.689.496		698.280	Redactor
1.744.770	Economía	1.381.737	Genérica	1.683.158		698.280	Redactor
1.674.900	Sociales	1.381.737	Cultura	1.675.056		698.280	Redactor
1.669.800	Política	1.375.623	Deportes	1.675.056	Fotografía	698.280	Redactor
1.649.100	Ciudad	1.314.484	Fotografía	1.674.446		698.280	Redactor
1.617.690	Deportes	1.314.484	Genérica	1.673.574	Política	683.441	Gráfico
1.611.780	Ciudad	1.302.256	Judicial	1.673.574		683.441	Gráfico
1.591.260	Deportes	1.241.118	Sucesos	1.662.788	Fotografía	683.441	Gráfico
1.582.470	Edición Nocturno	1.235.004	Diseño	1.662.286	Fotografía	683.441	Gráfico
1.525.680	Fotografía	1.161.637	Edición Economía	1.660.616	Deportes	672.094	Diagramación
1.505.768	Fotografía	1.118.840	Fotografía	1.660.616	Deportes	663.366	Jefe de Archivo
1.475.042	Fotografía	1.094.385	Fotografía	1.658.764	Investigación	642.735	Gráfico
1.467.270	Estampas/Diseño	1.088.271	Economía	1.658.764		632.500	Ilustrador
1.465.260	Tendencias	1.076.043	Política	1.654.772	Nacional	567.352	Diagramador
1.465.250	Diseño	1.074.060	Fotografía	1.654.670	Deportes	567.352	Diagramador
1.438.800	Fotografía	825.374	Corresponsal	1.650.000	Investigación	444.803	Archivo
1.417.620	Fotografía	1.647.910	Deportes	418.968	Periodista		
1.410.990	Fotografía	1.646.538		418.968	Periodista		
1.401.088	Infografía	1.646.538	Economía	418.968	Periodista		

DIARIO EL UNIVERSAL		DIARIO EL NACIONAL		CADENA CAPRILES		DIARIO EL GLOBO	
Sueldo mensual (Bs.)	Área de trabajo						
1.399.916	Infografía	1.644.942	Política	418.968	Periodista		
1.386.724	Diseño	1.641.080	Deportes	340.411	Transcriptora		
1.384.110	Política	1.632.584	Deportes	340.411	Transcriptora		
1.359.438	Fotografía	1.636.250	Editor	340.411	Transcriptora		
1.343.320	Fotografía	1.632.106		330.000	Archivo		
1.335.164	Fotografía	1.627.054					
1.319.280	Deportes	1.627.054	Economía	1.313.506	Ilustrador	1.623.344	
1.308.618	Infografía	1.618.632		1.273.702	Fotografía	1.613.898	
1.271.940	Tendencia					1.604.678	
1.269.030	Infografía			1.589.650	Fotografía		
1.265.970	Economía			1.581.576			
1.196.610	Estampas			1.547.070			
1.172.190	Tiempo Libre			1.501.774			
1.172.190	Suplementos			1.496.792			
1.172.200	Internacionales			1.477.608			
1.141.500	Ciudad			1.456.356			
991.326	Fotografía			1.386.000			
938.880	Diseño			1.362.900			
830.790	Economía			1.362.900			
826.552	Internacionales			1.362.900			
772.905	Infografía			1.362.900	Ilustrador		
				1.362.900			
				1.351.350			
				1.351.350			
				1.263.600			
				1.243.550			
				1.233.100			
				1.225.786			
				1.212.200			
				1.212.200	Diseñadora		
				1.192.237			
				1.045.000			
				800.996			
				800.514			
				821.040			
				664.126			

Fuente: SNTP

Notas

- 1 Diferimos de aquellas estrategias gubernamentales que buscan la formación intensiva de los cuadros para los medios de comunicación estatal en el actual proceso político, o también de aquellas otras, basadas en las sinergias entre las empresas comerciales y la universidad, para conformar élites a partir de profesionales de distintas carreras. El primer caso quedaría ilustrado por los programas de la Universidad Bolivariana, que absorbe gran parte de los alumnos de la Misión Ribas, y el segundo correspondería a la oferta de postgrado, presentada por el convenio entre el diario El Nacional y la Universidad Católica Andrés Bello.
- 2 Entre los años 1997 y 1999, cuando estábamos en el proceso de elaboración del pensum actualmente vigente en la Universidad Católica Andrés Bello, publiqué dos ensayos con el pronóstico de los nuevos escenarios de la comunicación de masas para principios del 2.000 (véase "La dinámica sociocultural y sus implicaciones" y "Los medios de comunicación ante las nuevas transformaciones", en: Leoncio Barrios y otros *Industria cultural*, Litterae editores, Caracas, 1999). En el proceso de elaboración de este ensayo me ha sido útil la experiencia de transformación digital de la Revista SIC <www.gumilla.org.ve>, de la que soy actual director, así como la participación en la puesta en marcha de la revista digital latinoamericana www.miradaglobal.com.
- 3 Los periódicos buscan su salvación en la Web, los jóvenes y la segmentación de audiencias. (*El Nacional*, suplemento The Wall Street Journal Americas, 22 de marzo de 2006).
- 4 La industria musical norteamericana parece estar saliendo de la crisis de los últimos años, y de sus resquemores hacia el negocio de la Red, a base de dividendos: en 2005 la venta de música online en EE.UU. se incrementó en más del 200% y todo debido a "iTunes Music Store". Este servicio se estrenó en abril del 2003 y en julio de 2005 celebró la venta de la canción número 500 millones. A finales de febrero de 2006 alcanzó la enorme cifra de 1.000 millones de canciones vendidas. Se ha alzado como la alternativa de Napster, y quién sabe si de la red P2P. (Adriano Morán: "Universo iPod", marzo de 2006, www.consumer.es).
- 5 Desde hace algún tiempo los "iPod" son los reproductores más vendidos. En el año 2005 lo adquirieron 32 millones de personas y en torno al dispositivo orbita un sistema de casi 2 mil accesorios: sillones orejeros con altavoces incorporados, corbatas diseñadas para albergar el reproductor, fundas de diamantes... La gama alta del "iPod" ofrece capacidades que se acercan más a las de un disco duro portátil que a las de un reproductor de MP3, ya que puede concentrar hasta 60 gigabytes. Estos supone unas 15.000 canciones y más de 20.000 fotos. Además, admite hasta 150 horas de video en formato .MPEG4.
- 6 En el campo televisivo CONATEL tiene pendientes dos tareas estratégicas: la decisión sobre el estándar de la TV Digital y la decisión sobre la petición de Cantv para entrar en el mercado de la televisión por suscripción.

Biblio-hemerografía clasificada

A.- ASPECTOS CONTEXTUALES: tecnológico, económico y político

- Aguirre, Jesús María (1997) "Los medios de comunicación ante las nuevas transformaciones", *Revista Comunicación*, N° 98 (abril-junio), pp. 14-19. Centro Gumilla, Caracas.
- Aguirre, Jesús María (1998) *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela*. Ucab. Caracas.
- Alvarez, Celi y Neuman, María Isabel (2000) "Caracterización de los medios cibernéticos", *Revista Comunicación*, N°111 (jul.sept.), pp. 10-19.
- Bisbal, Marcelino (Coord.) (2004) *Los medios de comunicación de Venezuela*. Historia Mínima. Fundapret. Caracas.
- Bustamante, E. -coord- (2002) *Comunicación y cultura en al era digital*. Gedisa, Barcelona.
- Castells, Manuel (2001) *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press, 2001.
- Colina, Carlos (Coordinador) (2005) *Ciudades mediáticas*. Conac. CEP-FHE. Caracas.
- Echeverría, Javier (1999) *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino, 1999.
- Esté, Aquiles (2005) "Prospectiva de la televisión digital y la hipermedia en Venezuela", en Marcelino Bisbal (coord.) *Televisión, pan nuestro de cada día*. Alfadil, pp. 232-243.
- Gubern, Roman (2002) *La televisión digital terrestre. Una perspectiva jurídica y de futuro*. Editado por la Comisión de Mercadeo de las Telecomunicaciones. España.
- Guzmán, Carlos Enrique (2003) *Políticas y economía de la cultura en Venezuela*, Cuadernos ININCO, 2.
- Guzmán, Carlos Enrique y Quintero, Yolanda (2005) "La televisión abierta (VHF/UHF) por suscripción y comunitarias en Venezuela. En: *Anuario Ininco*, N°17, Vol. 1, Caracas, pp. 371-387.
- Liewroune, Leah & Livingstone, Sonia. *The Handbook of New Media*. Londres: Sage, 2002.
- Machado, Elias (2003) *O Ciberespacio como fonte para os periodistas*, Coleção Biblioteca J., Salvador de Bahia.
- Miège, Bernard (2000) "Telecomunicaciones y audiovisual: ¿un futuro común?", en *Telos*, N° 21, Madrid.
- Negroponte, Nicholas (1995): *Being digital*. Alfred Knopf. N.Y.
- Outing, Steve (2000) *Newspaper and New Media: the digital awakening of the Newspaper Industry*. Pittsburgh: GATF Press, 2000.
- Pasquali, Antonio (2005) "Las comunicaciones en el régimen", *El Nacional*, 28-08-2005. Caracas.
- Paul, Nora (2000): "Putting Technology Tools to Work". St. Petersburg: The Pointer Institute: <http://poynter.org/centerpiece/022100-index.htm>

- Pavlik, J. y McIntosh S. (2004) *Converging Media*. Allyn & Becon.
- PNUD (2002) *Informe sobre el desarrollo humano en Venezuela. Las tecnologías de la información y la comunicación al servicio del desarrollo*. Editado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Venezuela.
- Priestman, Chris (2002) *WEBRADIO - Radio production for Internet streaming*. Oxford: Focal Press, 2002.
- RD, Marie L.; Barnes, Susan B.; Barr, Linda R. (2002) *Web research: selecting, evaluating, and citing*. Boston: Allyn & Bacon, 2002.
- Rogel Vide, Carlos (coord.) (2001) *Creaciones audiovisuales y propiedad intelectual*. Reus. Madrid.
- Salvar, Guiomar -coord- (2000): *La experiencia digital en presente continuo*. Universidad Europea-CEES Ediciones Madrid.
- Scott S. Robinson (2001) "La expansión de Internet en América Latina", *Revista Comunicación. Estudios venezolanos*, N° 115, julio-septiembre, pp. 22-27.
- Tapscott, Don (1997): *La economía digital*. Mc Graw Hill. Bogotá.
- VV.AA. (2000) *El periodismo en la televisión digital*. Paidós, Barcelona.

B.- ASPECTOS DEL CAMPO LABORAL: mercado, perfiles, competencias

- Abreu Sojo, Carlos (2003) "Medios digitales y cambios en el periodismo", *Revista Comunicación*, N° 124 (oct.dic.), pp. 40-49.
- Aguirre, Jesús María (2001) "Los artífices de las comunicaciones en red: nuevos oficios y profesiones en T.IC.", *Revista Comunicación*, N° 114 (abril-junio), pp. 64-73. Centro Gumilla, Caracas.
- Aguirre, Jesús María (2003) "La Torre de Babel del Periodismo", *Revista Comunicación*, N°123, (jul.sept.), pp. 56-61. Centro Gumilla, Caracas.
- Aguirre, Jesús María (2006) "Nuevos perfiles y competencias en el periodismo digital", *Revista Temas de Comunicación*, UCAB, Caracas (en imprenta).
- Banco de Venezuela-Grupo Santander (2006) *Periodismo de Investigación*. CD-Rom, Caracas.
- El Tiempo (2004) Conclusiones del sondeo sobre periodismo online en América Latina, www.eltiempo.com, martes, 20 de abril de 2004.
- Federación Internacional de Periodistas (1995) *Sociedad de Información. Acceso y pluralismo. Informe para los periodistas y los trabajadores de los medios de comunicación sobre la necesidad de estrategias alternativas frente al reto de la revolución informativa*. Brusela. FIP.
- Flores Vivar, Jesús y Arruti, Alberto Miguel (2001) *Ciberperiodismo: nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Ed. Limusa, Madrid.

- Franquet, R. (2000) "Agentes on line ¿creadores de una nueva forma de comunicación?", *Comunicar no século XXI*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela.
- Instituto Prensa y Sociedad (2004) *Cómo trabajan los periodistas latinoamericanos*. Fundación Honrad Adenauer, Lima.
- Koch, Tom (1991) *Journalism for the 21st Century: online information, electronic databases and the news*. New York: Praeger, 1991.
- Larrañaga, José y Díaz Noci (coords.) (2003) *El periodista ante el mercado laboral*, Servicio editorial de la Universidad del País Vasco, Zarautz.
- Montiel, Maryalejandra (2000) "Periodismo electrónico o cibermedios de comunicación" en *Revista Miradas*, JMC/Y&R, N° 12. Caracas.
- Morfín, Jaime (1997): "La prensa latinoamericana en Internet: una instantánea de los primeros años". *Texas Papers on Latin America*. Paper N° 99-01. University of Texas at Austin.
- Ortega, Félix y Mª Luisa Humanes (2000): *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel Sociología. Barcelona.
- Pilato, Elsa (1998) "Los diarios venezolanos en Internet", *Revista Comunicación*, N° 102 (abr.jun.), pp. 23-27.
- Prieto, Juan Antonio (1994) *Informe sobre la situación laboral de los periodistas en España*. Ed. Asociación de la Prensa en Valladolid.
- Saba, Samira (2003) Internet como promotor del cambio organizacional. Caso Diario "El Univesal". Tesis de Maestría en Comunicación Organizacional, Ucab.
- Sandoval, María Teresa (2005) El periodista digital: precariedad laboral y las nuevas oportunidades. *TELOS*, segunda época, N° 63, abril-junio, pp.9-12.
- Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Prensa: <http://www.sntp.org.ve>
- Sirio, Hugo (2006) "El periodista en la era Internet": <http://alainet.org/active/11771>
- C.- ASPECTOS DEL CAMPO ACADÉMICO: formación académica y profesional**
- Canelón, Agrivalca (2003) "El comunicador organizacional", *Revista Comunicación*, N°123 (jul.sept.), pp. 30-39.
- Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (2003) *Manual de redacción ciberperiodística*, Ed. Ariel, Barcelona.
- Fuentes, R. (1988) "Escuelas de comunicación y brechas tecnológicas en México", *Dialogos de la Comunicación*, núm. 19, enero, pp. 37-45.
- García, C. (2004) "La formación académica de los comunicadores multimediáticos en México", *Sala de Prensa*, núm. 63, enero, año V, vol. 2 <http://www.saladeprensa.org>
- Gargurevich, J. (2001) "¿Qué periodismo y cómo enseñarlo: una reflexión urgente", *Sala de Prensa*, núm. 30, abril, año III, vol 2 <http://www.saladeprensa.org>
- Giménez Toledo, Elea (2004) *Manual de documentación para comunicadores*, Eunsal, Pamplona.
- Hernández, María Elena (2004) "La formación universitaria de periodistas en México", *Comunicación Sociedad*, enero-junio, número 001, Universidad de Guadalajara, México, pp. 100-138.
- Krohling Peruzzo e Bastos da Silva, Robson (organizadores) (2003) *Retrato do Ensino em Comunicação no Brasil*, Intercom, Sao Paulo.
- Martí, J. M., Franquet, R., Pérez-Portabella, A. (2006) "Ante el escenario de la universalización tecnológica. Los estudios universitarios de comunicación", en *Telos*, abril-junio, N° 67, segunda época, pp. 49-57).
- Morales Elda y Parra Luz Neira (2006) "Perspectivas de la formación del comunicador social en Venezuela", en *Revista Comunicación, Estudios Venezolanos de Comunicación*, N° 135, Tercer trimestre, Centro Gumilla, Caracas.
- Navarro Gil, Pedro (2005) *Informe: Reunión Felafacs*, Bogotá. Ucab, Caracas.
- Núñez Noda, Fernando (2005) *La comunicación digital*. Panapo. Caracas
- Oteyza, Caroline (coord.) (2002) *Los desafíos de la escritura multimedia*, Ucab.
- Rodrigo, David (2001): "Los nuevos tecno-humanistas" en *Eko*, febrero 2001, N° 2, pp. 68-75.
- Rubio Lacoba, María (2005) "Nuevos tiempos para la documentación informativa en el periodismo digital: viejas y nuevas funciones del servicio de documentación digital", en *Comunicación y Sociedad*, Vol XVIII, Núm.1, pp. 153-168.
- Silva, Narsa (2003) "Investigación y universidad", *Revista Comunicación*, N° 123 (jul.sep.), pp. 22-29.
- Viloria, Hender y Villalobos, Fernando (2003) "La infografía periodística en la formación de los comunicadores sociales", *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos*, N° 123 (jul. sept.), pp. 70-79.

Direcciones electrónicas

- www.ahciet.net (Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones)
- www.aimc (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación)
- www.attc.com (Advanced Television Tecnology Center)
- www.americanpressinstitute.org/toolbox
- www.aporrea.org/mediosalternativos.php. (medios alternativos oficialista)
- www.capurro.de/bogota.htm (perspectivas de una cultura digital en Latinoamérica)
- www.conatel.gov.ve/ns/index.htm
- www.digitaltelevision.com
- www.editorsweblog.org (Trends in Newsrooms, 2006).
- www.ehu.es/periodismo2/periodistas
- www.internetworldstats.com (Internet World Stats)
- www.poynter.org/research
- www.periodistaencoma.com
- www.saladeprensa.org
- www.stateofthedia.org
- www.sntp.org.ve (Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Prensa)
- www.sindicato-periodistas.es

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).

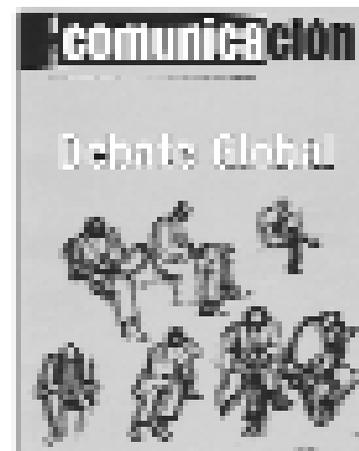
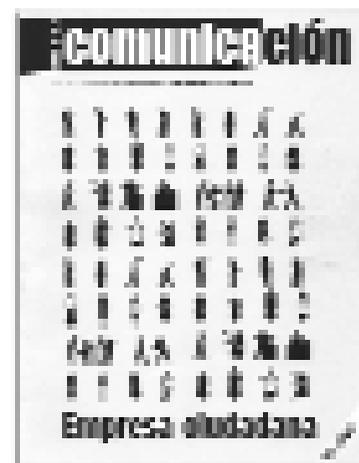
Las entradas deben venir acompañadas de un sumario no mayor a 70 palabras. Los estudios deben tener un resumen que oscile entre las 100 y 120 palabras; y en la medida de lo posible su traducción al inglés (Abstract). También es conveniente que tanto en las entradas como en los estudios señale el autor un máxi-

mo 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*. Santafé 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, N° 4, pp. 47-51.



Perspectivas de la formación del Comunicador Social

Resumen

El trabajo resume un análisis de los aportes teóricos de investigadores latinoamericanos sobre la formación profesional de los comunicadores sociales en la región. Este fundamento teórico constituye un precedente orientador para comparar las ofertas curriculares de los programas de pregrado en comunicación social en Venezuela. Con este propósito se diseñaron los instrumentos para el análisis cualitativo y cuantitativo de los documentos curriculares. Se seleccionaron en la muestra seis escuelas y una facultad de Comunicación Social, cuatro pertenecen a universidades públicas y tres a universidades privadas. En la región capital: la Universidad Central de Venezuela, la Universidad Católica Andrés Bello. De la región zuliana, cuatro instituciones: Universidad del Zulia, Universidad Católica Cecilio Acosta, Universidad Bolivariana de Venezuela y Universidad Rafael Bellosillo Chacín. De la región andina se seleccionó la Universidad de los Andes, Núcleo Táchira. Los resultados permiten concluir que no existe un proyecto de formación del comunicador social que se sustente en un perfil profesional comprometido con nuestra sociedad y las transformaciones sociales y culturales que están en proceso. Es evidente el aumento de escuelas de comunicación social creadas por iniciativa de instituciones privadas, sin embargo, esto no ha constituido un cambio cualitativo en la diversificación de la oferta curricular de las escuelas, ni en la calidad de la misma. Hasta el presente no se ha producido un debate sobre los fundamentos epistemológicos de la comunicación, ni sobre posibles nuevos escenarios para el ejercicio de la profesión. La oferta académica de las escuelas responde hoy unilateralmente a criterios mercantilistas fundados en la demanda creciente de jóvenes quienes se gradúan por centenares en las escuelas de comunicación y tratan de integrarse a un mercado de trabajo agotado e incierto¹



en Venezuela



Abstract

The work summarizes the results of an analysis of the theoretical contributions of Latin American experts on the professional formation of social communicators in the Latin American context. This theoretical foundation constitutes a precedent to compare the curricular offer of the undergraduate programs in social communication offered by Venezuelan universities. A set of instruments for qualitative and quantitative analysis of curricular documents was designed for this purpose. Six schools and one faculty of Social Communication were selected in the sample, four belong to public universities and three to private universities. In the capital region: Universidad Central de Venezuela and Universidad Católica Andrés Bello. From western region, four institutions: Universidad del Zulia, Universidad Católica Cecilio Acosta, Universidad Bolivariana de Venezuela and Universidad Rafael Bellosó Chacín. From the Andean region the Andes University, Táchira Branch, was selected. The results allow to conclude that it does not exist a formation project for the social communicator in accordance with a professional profile compromised with society nor with social and cultural transformations in process. It is evident the increase of schools of social communication created by initiative of private institutions. Nevertheless, this has not propelled a qualitative change in the diversification of the curricular offer, nor in its quality. Until now an epistemic debate on the studies in communication has not taken place, nor on actual possibilities for professional development. The curricular offer of schools is based on marketing criteria founded on the increasing demand by young people who graduate by the hundreds in the communication schools, and then try to get admittance to an exhausted and uncertain job market

■ Elda Morales
 ■ Luz Neira Parra

I. Introducción

América Latina es escenario hoy de una singular reflexión sobre temas que nos unen y nos identifican: la exclusión, la pobreza, el desarrollo de la democracia y la ciudadanía. Esta realidad interpela al pensamiento político construido desde la academia, y la respuesta no puede ser más episódica e inconsistente. En este contexto se ubica también la crisis de los fundamentos epistemológicos a partir de los cuales se piensan los procesos comunicacionales y el efecto inmediato de esta crisis tiene su mayor expresión en la pérdida del horizonte de sentido de la enseñanza de la comunicación. La enseñanza de la comunicación no escapa al vacío académico que ha representado el cerco impuesto por la lógica de la massmediación.

La situación actual de las escuelas de Comunicación en Venezuela se percibe en unos ambientes académicos donde priva la incertidumbre y la desesperanza. El debate y la reflexión teórica están ausentes. Es cada vez más difícil rescatar la dignidad de la academia. Las escuelas de comunicación social hoy son recintos donde se reproduce la sumisión a los saberes impuestos por la explosión de la mediática. Una lectura crítica de la formación nos obliga a reconocer la pérdida de la calidad y credibilidad del ejercicio de la profesión del comunicador social, que es en sí una consecuencia de la ausencia de pertinencia social de sus objetivos y de sus modos de proceder. El cuadro no puede ser más desolador, “el desempeño profesional del comunicador promedio es un triturador que aniquila cualquier potencial que se hubiese revelado en la vida académica” (Lanz, 1999: 11).

En la investigación se analiza la preeminencia actual del enfoque instrumental en la formación del comunicador social. Este saber valida la racionalidad tecnológica, deshumaniza la práctica educativa y excluye de la formación académica el pensamiento humanístico y político que puede orientar el compromiso social del comunicador con el desarrollo democrático y la ampliación de los derechos de ciudadanía. Frente a la imposición del discurso de la globalización y la sociedad de la información, de nuevo la respuesta de las escuelas ante estas demandas ha sido plegarse a las mismas sin mayores lecturas, haciendo ver que las destrezas y habilidades técnico-operativas frente a las tecnologías son suficientes para afirmar que estamos formando al comunicador del siglo XXI.

En Venezuela, la creación de nuevas Escuelas de Comunicación Social se ha

“

En algunas escuelas recién creadas se reproduce el mismo paradigma de la formación instrumental, orientadas por el esquema de los años setenta, donde las viejas escuelas de periodismo dieron paso a las de comunicación social justificándose la creación de menciones o carreras que pretendieron dar respuesta a la expansión de los medios masivos

”

multiplicado en los últimos años, por iniciativa del sector privado, estimuladas por la masificación estudiantil que comienza a mediados de la década de los '80 y por el cierre de oportunidades de ingreso en las instituciones públicas. En algunas escuelas recién creadas se reproduce el mismo paradigma de la formación instrumental, orientadas por el esquema de los años setenta, donde las viejas escuelas de periodismo dieron paso a las de comunicación social justificándose la creación de menciones o carreras que pretendieron dar respuesta a la expansión de los medios masivos (periodismo impreso, periodismo audiovisual y publicidad y relaciones públicas); pero esta propuesta no se respaldó en una investigación real del propio mercado.

En el siglo XXI, la Universidad debe ser vanguardia de un proyecto que asuma el reto del saber y el hacer, de producir un discurso y una práctica generadora de alternativas frente a los profundos desequilibrios de las instituciones políticas y sociales de las democracias latinoamericanas, y frente a su propia crisis, la de un sistema educativo urgido de construir un nuevo paradigma que oriente su proyecto filosófico y en consecuencia pueda crear los fundamentos epistemológicos para la producción del conocimiento y la formación académica de profesionales.

II. Un esbozo metodológico

Los aportes teóricos de los expertos latinoamericanos sobre la orientación del perfil profesional de los comunicadores sociales en el contexto actual de la región, constituye un precedente orientador para comparar la oferta académica de las escuelas y facultades de Comunicación Social de las universidades públicas y privadas de Venezuela.

Entre las fuentes informativas de las cuales partió este proyecto para organizar el análisis comparativo de los Diseños Curriculares de los programas de Comunicación Social de las diferentes instituciones universitarias del país, es importante mencionar el “Análisis de la consistencia interna del currículo” (Inciarte y Canquiz, 2001) y el estudio de la Coherencia y Pertinencia de los Diseños Curriculares para la formación docente (Marcano, 2000). El Modelo de Evaluación Curricular propuesto por Inciarte y Canquiz (2001) permite estudiar la consistencia interna del currículo a través de categorías de análisis de tipo cualitativo como: pertinencia, coherencia y reiteración. La aplicación de esta metodología en el análisis de currículos ha permitido—según sus autoras— “valorar su potencialidad para descubrir inconsistencias generando un proceso de reflexión sobre los mismos”. El análisis de la coherencia de los diseños curriculares según la tesis de Marcano (2000), se refiere a la relación de correspondencia y secuencia entre los diferentes elementos que conforman la arquitectura del currículo y la presencia de las distintas fases en el modelo teórico del diseño curricular. En los términos operacionales la coherencia se establece a partir de estos aspectos: correspondencia entre perfiles, objetivos y unidades curriculares.

Considerando que la investigación toma como referente modelos de evaluación curricular es pertinente recurrir a una definición: “la evaluación curricular es el proceso participativo de delinear, obtener y analizar información útil para contrastarla contra un patrón, con el propósito de juzgar y tomar decisiones alternativas respecto de la concepción, estructura, funcionamiento y resultados del currículo” (Vílchez, 2005:99). En respuesta a los objetivos centrales de la investigación, se analizaron los documentos curriculares de seis escuelas y una facultad de comunicación de las universidades seleccionadas en la muestra. La información recopilada es esencialmente de orden cualitativo. Según Vílchez (2005:106) si la información se refiere al aspecto teórico ésta

se conoce como *Evaluación Diagnóstica Documental*, y el insumo básico es el documento curricular. En la evaluación cualitativa se confronta el documento contra un modelo de desarrollo del currículo.

En el análisis cualitativo que proponemos se adopta un modelo previo, la propuesta de los académicos latinoamericanos sobre el *deber ser* de la formación del comunicador social. Lo que justifica la presencia del discurso de estos autores en esta investigación es la coherencia, continuidad y consistencia de su pensamiento para orientar los estudios de la formación del comunicador social. Es importante resaltar, en primer lugar, que son autores con más de dos décadas de dedicación a la evaluación de la formación académica de comunicadores. En segundo lugar, destaca la calidad de sus aportes teóricos en la fundamentación del estatuto epistemológico de la comunicación como fenómeno social.

Para la construcción del instrumento de evaluación de los documentos curriculares se seleccionaron tres categorías de análisis, dos vinculadas a los fundamentos filosóficos del currículo: la axiología y la epistemología. La tercera categoría se refiere a la influencia del contexto social (*crítica social*). Este fundamento teórico previo permitió analizar la definición de los perfiles académicos y profesionales que se describen en los documentos curriculares y así determinar su correspondencia con la concepción de la formación que proponen los expertos.

Se seleccionaron en la muestra seis escuelas y una facultad de Comunicación Social del país, cuatro pertenecen a universidades públicas y tres a universidades privadas. En la región capital: la Universidad Central de Venezuela, la Universidad Católica Andrés Bello. Ambas tienen la mayor antigüedad y una significativa matrícula estudiantil. De la región zuliana están representadas sus cuatro escuelas: Universidad del Zulia, Universidad Católica Cecilio Acosta, Universidad Bolivariana de Venezuela y Universidad Rafael Beloso Chacín. De la región andina se seleccionó el Programa de Comunicación de la Universidad de los Andes, Núcleo Táchira.

III. El pensamiento de los teóricos latinoamericanos sobre la formación del comunicador

La premisa que nos conduce a indagar el perfil del comunicador, es que las Escuelas de Comunicación Social en nuestro país siguen orientando la formación de sus profesionales negando dos referentes esenciales:

“

La pérdida de sentido de la formación académica de profesionales de la comunicación es tan seria que vivimos un presentismo absurdo que nada lo sostiene y a la vez nada lo conmueve. Por ello insisten los colegas investigadores de América Latina que la comunicación tiene su propio estatuto epistemológico

”

1. La coherente y continua lectura que han hecho los teóricos e investigadores latinoamericanos sobre cómo orientar el perfil académico de los comunicadores;

2. se ignora el contexto social al no incluir en la formación ejes curriculares vinculados con proyectos y programas de carácter transdisciplinario, con un alto componente ético, estético, político y ciudadano fundamentales para profundizar la democracia

Ha sido ampliamente discutido en distintos escenarios y por sectores académicos dedicados al tema de la formación profesional de comunicadores cuál debe ser el perfil del comunicador social. A finales de la década de los ochenta y principios de los noventa se acentuó una tendencia: la formación especializada como estrategia que respondiera a las demandas del mercado. Opuestos a este reduccionismo, autores latinoamericanos cuestionaron cómo el repunte del mercado como motor de la historia (tesis del modelo neoliberal), desprestigiaba -aún en círculos intelectuales - cualquier planteamiento que pareciera crítico, teórico o utópico. Desde esta perspectiva la misión de la universidad no debía estar al servicio del pensamiento tecnocrático (Fuentes, 1991; Sánchez, 1991).

La posición de los teóricos latinoamericanos se ha mantenido en el tiempo. La orientación de la formación de los comunicadores no cambió sustancialmente en la última década. Esta afirmación de Sánchez Ruiz (2000: 29) es tan vigente hoy como a principios de los noventa: “En virtud del neoliberalismo dominante a nivel mundial, aterrizado en el pragmatismo prevaeciente en las escuelas de comunicación, con el postmodernismo, si no hegemónico, por lo menos «contaminante» -como una especie de trasfondo omnipresente- en el plano de la investigación, se dejaba relativamente poco espacio para el análisis crítico y el ejercicio de la «imaginación utópica»”.

Para Fuentes (2000: 16) el problema es que las Facultades de Comunicación olvidan el sector de las humanidades y buscan la práctica sobre cosas muy efímeras, que son las del ejercicio profesional. Hay una necesidad de revisar las propias articulaciones universitarias del campo de la comunicación, en especial la creciente divergencia entre los avances de la investigación académica, minoritarios y limitados si se quiere, pero críticos y abiertos a “las dimensiones sociales del fenómeno” en muchos casos, y las inercias de la formación profesional, que ha crecido desmesuradamente y se ha convertido para la mayor parte de los estudiantes en una “nebulosa” conceptual, es decir, en un conjunto incoherente de postulados que poco tienen que ver con las prácticas sociales profesionalizadas contemporáneas.

Jesús Martín Barbero ha sido coherente en su discurso desde la década de los '90 hasta el presente, en la lectura crítica de lo que ocurre en las instituciones académicas responsables de orientar la formación del comunicador social. El autor afirma que no puede resultar extraño que los aspirantes a comunicadores, desconcertados por la vastedad y gravedad de los problemas que hoy entrañan los procesos y medios de comunicación, y confundidos por el *pensamiento unidimensional y funcional* que se hace pasar por el conocimiento *propio del campo de la comunicación*, se sientan perdidos, se muestren apáticos ante la reflexión/investigación y tentados se dejan seducir por lo que más brilla: las fascinantes proezas de la tecnología (Martín-Barbero, 2002: 11).

La pérdida de sentido de la formación académica de profesionales de la comunicación es tan seria que vivimos un presentismo absurdo que nada lo sostiene y a la vez nada lo conmueve. Por ello insisten los colegas investigadores de América Latina que la comunicación tiene su propio estatuto

epistemológico, que no es posible aislarla en el discurso de ese tejido social y cultural que le es propio, y no ajeno, y que la vincula irremediamente al resto de las ciencias sociales. Esta posición se ratifica en el discurso Lanz, (1999:13) al considerar que “en la agenda de hoy se vislumbra un camino que concierne a las investigaciones que fijan su mirada en la revolución silenciosa que está en curso justamente en el nuevo rol de la información y la comunicación. No se trata solo de la algarabía de los medios tecnológicos y su impacto en la vida cotidiana de la gente. Se trata de una reformulación cualitativa de la lógica interior de los procesos culturales mismos, de la manera cómo estos procesos constituyen formas de subjetividad, formatos identitarios, unidades de sentido”. Fuentes (2004: 18-19) afirma que por razones ideológicas, históricamente explicables, parecen haber predominado las perspectivas instrumentales más reduccionistas en la constitución del campo académico, al centrarse la atención en los medios o en los mensajes y no en las interacciones entre sujetos o entre éstos y las instituciones. Pero su eficacia explicativa, interpretativa o retórica, al operar esa reducción, genera más problemas que los que resuelve, debido a que lo que “deja fuera” es precisamente lo que resulta indispensable explicar: la constitución comunicativa de la realidad social.

Por supuesto esta posición de los autores tiene un fuerte componente de investigación y producción de conocimiento que nuestros pares en las escuelas de Comunicación Social se han negado a reconocer históricamente.

Una tendencia que ha caracterizado el modelo de propuestas curriculares en nuestras escuelas de comunicación es la existencia paralela de dos tipos de currículo, el que aparece registrado en los documentos oficiales (currículo formal), y el currículo oculto que como lo plantea Vilchez (2004) es el que prevalece y se convierte en discurso y práctica hegemónica en la atmósfera escolar, influenciado significativamente por los valores de los docentes, por las novedades que incorporan los expertos en sus áreas de actuación profesional.

Sin intención de acompañar a los neoradicalismos que hay en el ambiente, esto significa que debemos pensar todo de nuevo en concepción y en estructura. La nueva propuesta curricular debe nutrirse del pensamiento crítico en teoría educativa, en teoría de la comunicación, en el saber filosófico y en el saber pedagógico.

“

Resulta paradójico que aún en las aulas ocupemos gran parte de nuestro tiempo en construir fuertes argumentos para mostrar a los futuros profesionales que los procesos técnicos no son simplemente procesos instrumentales, sino que también encierran formas culturales de producción

”

Lo anterior nos obliga a afirmar que no ha desaparecido de nuestro ámbito académico la tendencia a la instrumentalización del conocimiento. Es importante reflexionar sobre las razones que fundamentan esta afirmación:

1. las escuelas se han negado a promover una discusión profunda del fenómeno comunicativo para ubicarlo como un fenómeno concreto, integrado a la totalidad de los fenómenos sociales, que exige para su comprensión y estudio, una formación, un rigor y un método específico y propio (López, 1989: 97);
2. los académicos de la comunicación estamos a punto de ser irrelevantes para la sociedad en general y en particular para la formación de nuevos comunicadores (Orozco, 1994: 41);
3. la actitud excluyente entre teoría y práctica se ha acentuado producto de la negación a comprender de una vez por todas que el “saber- saber” acerca de algo (teoría) y el saber-hacer (práctica) no son antagónicos, se implican, se complementan.

Resulta paradójico que aún en las aulas ocupemos gran parte de nuestro tiempo en

construir fuertes argumentos para mostrar a los futuros profesionales que los procesos técnicos no son simplemente procesos instrumentales, sino que también encierran formas culturales de producción.

No deja de tener vigencia este pensamiento considerando que las reformas curriculares que se plantearon en nuestras escuelas, se redujeron a una revisión temática aislada para reformular planes de estudio, más no consistió en una discusión epistemológica y ontológica para encontrar vínculos y estrategias que convirtieran la docencia en un proceso de generación de conocimiento (Orozco, 1994).

IV. Análisis comparativo de la Oferta Académica de las Escuelas y Facultades de Comunicación Social de las Universidades Nacionales

4.1. Análisis cualitativo del documento curricular

La intención del análisis es demostrar gráficamente cómo los subcomponentes del perfil académico de salida aparecen declarados en el documento curricular de las escuelas y facultades de comunicación. Para ello es pertinente exponer la concepción del perfil que se adopta en esta investigación. El perfil académico se define “como una síntesis enjundiosa de aquello que se espera que el egresado sienta, piense y haga al finalizar los estudios como resultado del proceso formativo”. En cuanto al perfil profesional se restringe a los conocimientos prácticos y aplicados, así como a las habilidades y destrezas que garantizan el ejercicio profesional idóneo (Vilchez, 2005:52). Este análisis muestra mediante la reflexión documental que el perfil recibe influencia de tres tipos: Axiológicas (valores) que sustentan el currículo y que pueden ser éticos (bondad), estéticos (belleza) y jurídicos (equidad, justicia). Con respecto a la influencia epistemológica, se refiere al origen, naturaleza y conocimiento en el área de la comunicación. En relación al contexto social que influencia el currículo, éste se nutre de dos tipos: a) factores contextuales amplios (sociales, económicos, políticos y culturales); y b) factores del entorno inmediato cercano (local) (Vilchez, 2005: 53-56). El análisis que se presenta a continuación es esencialmente cualitativo, como se ha explicado en la metodología. La propuesta de los académicos latinoamericanos sobre el *deber ser* de la formación del comunicador social

fundamentaron las tres categorías de análisis que aparecen en el cuadro N° 1. Los resultados de la evaluación permiten establecer la correspondencia entre los perfiles académicos y profesionales de las escuelas y facultades de comunicación social y la orientación de la formación que proponen los investigadores

Entre las conclusiones preliminares que se derivan del análisis se exponen las siguientes:

1. La mayoría de las universidades declaran en sus perfiles los valores que sustenta y persigue el currículo

2. Todos los documentos curriculares analizados muestran en la descripción de los perfiles el compromiso del profesional que egresa de las universidades con las transformaciones que demanda el contexto social en lo político, en lo económico y cultural.

3. De los siete documentos curriculares analizados cinco no expresan en los perfiles el componente epistemológico (UCV, LUZ, UNICA, ULA y URBE); solo la Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad Bolivariana de Venezuela definen algunos rasgos del fundamento epistemológico.

4. Estos resultados explican la pérdida de sentido y orientación de la formación académica del comunicador social, que como lo han planteado los investigadores de la comunicación en América Latina, ésta debe responder a una matriz epistemológica², lo contrario es aislar la comunicación del tejido social y cultural que le es propio. En este contexto la tesis de Martínez (1997:227) cobra especial relevancia: “en mucho de nuestros ambientes académicos, la desorientación epistemológica sigue siendo uno de los rasgos más sobresalientes; y en otros, se cabalga con feliz ingenuidad, se trabaja dentro de moldes teóricos y metodológicos, dentro de coordenadas teórico-prácticas que dan frutos en apariencia sólidos únicamente porque no son cuestionados en su basamento epistémico”.

4.2 Resultados del análisis cuantitativo del documento curricular

Para organizar el análisis cuantitativo tomamos algunos aspectos formales del documento curricular. Este análisis incluye los ejes curriculares (que son el resultado de juntar dos o más unidades curriculares) y las áreas curriculares (que agrupan dos

“

De los siete documentos curriculares analizados cinco no expresan en los perfiles el componente epistemológico (UCV, LUZ, UNICA, ULA y URBE); solo la Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad Bolivariana de Venezuela definen algunos rasgos del fundamento epistemológico

”

o más líneas o ejes del currículo), dos o más áreas juntas integran un conjunto que está representado en la malla curricular (Vílchez, 2004). Con este propósito se diseñó un instrumento (hoja de análisis) que permitió calcular la cantidad de contenidos que pertenecen a las siguientes áreas que conforman el *currículum integral*: formación general, formación básica profesional, formación específica profesional, las actividades y consejería registradas en los documentos curriculares de las diferentes instituciones.

Para una mayor comprensión de este modelo curricular deseable se exponen a continuación algunos conceptos: a) la *formación general* está integrada por cursos que representan el conocimiento de la problemática humana y/o de la problemática de la realidad nacional, y que no pertenecen directamente a una profesión dada, sino que se relacionan con la calidad del ciudadano. La formación general por su carácter formativo, tiende a desarrollar actitudes, ideales y compromisos de orden social. Debe ser implementado a lo largo de las carreras y en interrelación con la problemática nacional. b) *La formación profesional* tiene como objetivo proporcionar lo específico de cada carrera. Los cursos de formación profesional pueden ser, *cursos básicos* que pueden ser aquellos que tocan determi-

nadas ciencias y disciplinas, cumplen el doble oficio de “aprehender material y contenido para pensar”, sirven de fundamento para constituir los conocimientos, las habilidades y destrezas de una carrera; y los *cursos específicos* que son los propios de cada carrera que estudian los conocimientos vinculados a los problemas de la profesión (Laredo, 1983: 11,12).

En un modelo deseable de formación de un profesional de la comunicación social, el área de formación básica profesional debe tener el mayor peso en los contenidos, y la formación general por su carácter formativo debe estar presente a lo largo de la carrera, vinculada estratégicamente a la formación básica profesional. La formación general provee al futuro egresado de los conocimientos que refuerzan su compromiso con el contexto social. Por último la formación específica que desarrolla las destrezas y habilidades que debe poseer un profesional es fundamental para el ejercicio de la profesión; no obstante, esto no significa que debería tener el mayor peso en los contenidos. Lamentablemente en algunas escuelas de comunicación la tendencia en los últimos años es suprimir del plan de formación, unidades curriculares vinculadas a la formación general y básica profesional, acentuando con un enfoque instrumentalista la formación profesional específica³. Si se quiere ser coherente con el perfil académico y profesional de un comunicador social debe lograrse un balance entre la formación general, la básica profesional y la específica profesional. El cuadro de análisis cuantitativo de los documentos curriculares de las siete instituciones incluidas en la muestra, evidencia el desequilibrio entre las tres áreas de formación: general, básica y específica profesional (Ver cuadro N° 2).

Las tres escuelas que tienen mayor formación especializante son la Universidad del Zulia, la Universidad de los Andes y la Universidad Bolivariana de Venezuela.

En el caso de la propuesta de la Universidad del Zulia (LUZ), la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas del total de unidades curriculares registra un 53% orientadas a la formación específica profesional (el mayor porcentaje), 24% en formación básica profesional y de formación general tiene el 22%; en Periodismo Impreso y Periodismo Audiovisual de LUZ la formación específica profesional es de un 39%; la formación general tiene un 27% para impreso y un 29% para audiovisual, y la básica profesional un 33% para ambas menciones. La Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV) registra el 49% de unidades curriculares en el área de formación

específica profesional, 44% en básica profesional y sólo el 8% en formación general. La Universidad de los Andes también tiene mayor formación específica profesional en sus tres menciones, en comparación con la formación básica profesional y la formación general (ver cuadro N° 2).

Hay dos escuelas que muestran un mayor equilibrio en las tres áreas de formación: La Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y la Universidad Católica Cecilio Acosta (UNICA) (ver cuadro N° 2). Un aspecto que es importante mencionar es la frondosidad curricular presente en el diseño curricular de dos universidades privadas, la UCAB (70 unidades curriculares) y la Universidad Rafael Belloso Chacín (URBE) con 71, en comparación con el resto de las escuelas y facultades que tienen un promedio de 48 unidades curriculares. En el caso de la Universidad Central de Venezuela (UCV), la UCAB y la URBE son los programas que presentan mayor porcentaje de unidades curriculares en la formación general, en comparación con el resto cuyo promedio no supera el 29%. La UCV presenta una propuesta curricular totalmente diferente al resto de las instituciones, hay un ciclo básico que se orienta exclusivamente hacia la formación general y básica profesional, y un ciclo variable donde el estudiante, de un espectro de aproximadamente 52 materias electivas selecciona 11 para completar su formación. Lo que resulta incierto es poder conocer qué grado de representatividad tienen las materias electivas en la formación básica y específica profesional. En el cuadro N° 2, las 11 materias del ciclo variable, aparecen ubicadas en el área específica profesional considerando que la tendencia es que el estudiante en ese nivel de formación se incline por los contenidos que lo vinculen a su futuro ejercicio profesional. De acuerdo a la lectura que han hecho los expertos, una forma de intensificar y extender la especialidad es la profundización de contenidos a través de las llamadas electivas, en cuya implementación se observa: improvisación y anarquía, desviación cognoscitiva de los pensa y recargo o frondosidad curricular (Laredo, 1983).

El eje de lenguaje y expresión en el cuadro comparativo de la oferta académica de las escuelas, muestra la importancia que le otorgan las universidades al buen uso de la expresión oral y escrita que debe tener el profesional de la comunicación social. La Universidad Católica Andrés Bello tiene (siete unidades curriculares en todas sus menciones), LUZ en su carreras de periodismo impreso (siete) y audiovisual (cinco), UCV (cinco)

“

De acuerdo a la lectura que han hecho los expertos, una forma de intensificar y extender la especialidad es la profundización de contenidos a través de las llamadas electivas, en cuya implementación se observa: improvisación y anarquía, desviación cognoscitiva de los pensa y recargo o frondosidad curricular

”

y URBE (siete) en todas sus menciones, el resto de las instituciones (ULA, UNICA y UBV) registran una frecuencia no mayor a cuatro unidades curriculares. Otro dato interesante que aporta el análisis comparativo es que el eje nuevas tecnologías, visto desde la perspectiva de la formación básica profesional, en la mayoría de las instituciones no aparecen unidades curriculares en esta área de formación. Si se analiza cuantitativamente, no supera las tres asignaturas en los diseños curriculares de las distintas escuelas, caso específico de LUZ en la carrera de Periodismo Impreso (tres) y UBV (tres).

Con respecto al eje de investigación la situación es la siguiente: El cuadro registra que la UCAB tiene ocho unidades curriculares dedicadas a la formación en investigación en cada una de sus menciones, LUZ en periodismo impreso (seis) audiovisual (cinco) y publicidad y relaciones públicas (tres); la URBE presenta cinco en la mención impreso, cinco en la mención audiovisual y cinco en la mención relaciones públicas y UCV tiene cinco en el ciclo básico. La UBV registra cuatro materias en este eje y la UNICA cinco. En el cuadro comparativo, aparecen separadas las tesis de grado, de las asignaturas comprometidas con la enseñanza de la investigación; lo que implica que estas asignaturas son productos

académicos determinados por su propia especialización. Por ejemplo en LUZ, en el caso de la carrera Publicidad y Relaciones Públicas, la tesis de grado es una campaña publicitaria, en la carrera de Periodismo Audiovisual es un proyecto de producción audiovisual, y en Periodismo Impreso es un trabajo periodístico presentado como reportaje o entrevista. Esto implica que la tesis de grado tiene un componente del eje de investigación, pero en sí son una muestra de las capacidades, destrezas y habilidades adquiridas en el área profesional seleccionada.

La UCAB y URBE presentan seis unidades curriculares cuyos contenidos se vinculan al eje de ciencias de la comunicación, la UCV y UBV cinco, y la UNICA cuatro. Este mismo eje en LUZ y ULA aparece debilitado por el escaso número de asignaturas que integran esta área del conocimiento, en comparación con los otros ejes que pertenecen a la formación básica profesional. En el caso de LUZ la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas solo tiene una (1) y las carreras de Periodismo Impreso y Audiovisual sólo tres (3). Es importante señalar que en todas las escuelas que forman parte de la muestra tienen asignaturas dedicadas al estudio de la opinión pública, con la excepción de LUZ que en su última revisión curricular fue eliminada como materia obligatoria y aparece junto con ULA ofreciéndola como electiva.

Un comentario que no puede soslayarse es que el eje de ciencias de la comunicación es un referente fundamental en el área de formación básica profesional del comunicador social. Este eje curricular orienta la discusión epistemológica vital para ubicar la comunicación como fenómeno cultural y social en un contexto de profundos cambios, y permite identificar la emergencia de los nuevos campos ocupacionales y analizar críticamente las prácticas profesionales vigentes. Esto ratifica lo que se observó en el análisis cualitativo de los perfiles profesionales, la ausencia notoria de los fundamentos epistemológicos en los diseños curriculares de las escuelas y facultades de comunicación en Venezuela.

Los ejes de formación humanística y formación sociopolítica, al igual que el eje de ética y legislación, ambiente, idiomas instrumentales y computación forman parte esencial de la formación general. En este análisis se enfatiza en los ejes de formación humanística, sociopolítica y ética considerando que son fundamentales para el ejercicio de la formación del comunicador social. No se trata simplemente de incorporar materias de cultura

general al azar, sino que estas áreas de conocimiento le permitan al futuro profesional contextualizar las habilidades y destrezas adquiridas en su área de formación específica. El cuadro comparativo muestra que las instituciones con una sólida formación humanística y sociopolítica son: UCAB con nueve unidades curriculares en el eje de formación humanística y cinco en el eje de formación sociopolítica, lo que se corresponde con la definición de su perfil académico. URBE registra en el eje de formación sociopolítica 4 unidades curriculares y en el eje humanístico tres en todas sus menciones. La UCV tiene seis en sociopolítica y dos en humanística. En el caso de LUZ el eje de formación sociopolítica la carrera periodismo impreso tiene cuatro, periodismo audiovisual (cuatro) y Publicidad (una). En el eje de formación humanística LUZ no registra ninguna asignatura. Es paradójico que esta institución declare en su perfil académico profesional que formará a un comunicador social comprometido con el desarrollo humanístico y artístico. Un caso específico es la ULA que muestra siete unidades curriculares del eje de formación sociopolítica en su mención de Desarrollo Económico.

El eje de ética se ve fortalecido en la propuesta curricular de la UCAB con cuatro asignaturas, en contraste con el resto de las instituciones que en su mayoría no registran más de dos unidades curriculares (ver cuadro N° 2).

Del análisis cuantitativo del documento curricular se derivan algunas conclusiones básicas:

1. Al comparar los resultados de la evaluación cualitativa y cuantitativa de los diseños curriculares se evidencia la profunda contradicción entre el perfil académico y profesional declarado en los documentos curriculares y la cantidad de contenidos que integran las áreas de formación general y profesional en sus dos modalidades: básica y específica. Es pertinente señalar que todas las instituciones expresan en sus perfiles la importancia de la formación en valores (influencia axiológica) y el compromiso del futuro profesional con el contexto social, sin embargo como se demuestra en el análisis, algunas de ellas en sus propuestas de formación académica no presentan unidades curriculares cuyos contenidos sean un referente para el estudio y comprensión del inédito momento político y social que vive el país. En este

“

No se trata simplemente de incorporar materias de cultura general al azar, sino que estas áreas de conocimiento le permitan al futuro profesional contextualizar las habilidades y destrezas adquiridas en su área de formación específica

”

sentido se puede afirmar que la actual crisis del ejercicio de la profesión tiene su origen en la ausencia de los valores éticos en la formación. Como lo afirma Antillano (2002: 25) hay un deterioro evidente en el ejercicio del periodismo: “La actual confrontación política impide ver a periodistas y medios, militantes y combativos, que estas prácticas de mal periodismo debilitan sus propias causas. Afectan la imagen de calidad periodística que se exigen los medios de envergadura, erosionan la credibilidad en torno a sus posiciones e intereses y los hace vulnerables a su utilización por parte de terceros”. Hoy como nunca antes en Venezuela la construcción de la democracia, la defensa de los derechos de ciudadanía y el respeto a la diversidad cultural dependen de un proyecto ético, estético y político. El debate y la reflexión teórica sobre estos temas no tienen resonancia en nuestros espacios académicos.

2. Los efectos de estos desequilibrios en los proyectos de formación del comunicador social ya se hacen notorios en el rol que cumplen los profesionales de la comunicación frente al complicado escenario político y social que vive Venezuela. Ya se ha expresado

en otros contextos por qué debe ser objeto de una profunda discusión en nuestro país definir cuál debe ser el papel de los medios de comunicación en una sociedad democrática y sus estrechos vínculos con el ejercicio ético de la profesión del comunicador social y el respeto a los derechos de información del ciudadano. Frente a la grave crisis política del 2002 y 2003 los medios de comunicación violaron las disposiciones de la Constitución de 1999 (art. 58) al no garantizar la información veraz, imparcial y sin censura. La posición de los periodistas no hizo honor a su deber como servidores públicos asumiendo una posición de equilibrio frente al conflicto, al contrario lo que caracterizó a la práctica periodística en este período fue la exaltación de la opinión frente al deber de informar verazmente (Morales y Parra, 2005).

3. Un nuevo intento por gestar la discusión sobre cuál debería ser el perfil del comunicador debe partir de una seria reflexión sobre qué implica y cuáles son las consecuencias en lo académico, social, ético y político de pensar la comunicación como fenómeno social. Hasta el presente en los diferentes intentos que se han producido para reestructurar las propuestas curriculares de las escuelas ha prevalecido la tesis de fortalecer la formación práctica cuyo modelo de referencia es el funcionamiento de los medios de comunicación (Morales y Parra, 2005). Si bien la intención de formar un profesional que responda a las demandas que plantea el sector empleador de los medios de comunicación no es totalmente cuestionable (si realmente se cumple ese objetivo), es necesario en este contexto interpretar la posición del pensador francés Dominique Wolton (2000:42) cuando afirma que los medios de comunicación que se desarrollaron en el siglo XX son en sí mismos la revelación de la resistencia de la cultura occidental a pensar la comunicación con relación a una teoría del hombre y de la sociedad. Esa misma resistencia a la que hace referencia Wolton se reproduce en nuestros espacios académicos al momento de pensar la formación de los profesionales de la comunicación social blindada al esquema tradicional de funcionamiento de los medios de comunicación. Esta posición bloquea cualquier intento por vincular el quehacer del comunicador social al amplio espectro de las relaciones

CUADRO 1
MATRIZ DE ANÁLISIS PARA LA EVALUACIÓN CUALITATIVA DEL DOCUMENTO CURRICULAR

Autores: Raúl Fuentes Navarro, Jesús Martín Barbero, Enrique Sánchez Ruiz, Rigoberto Lanz, Felipe López Veneroni, Joaquín Sánchez, José Marques de Melo.		Documentos Curriculares- Universidades		
AXIOLOGÍA	EPISTEMOLOGÍA	CONTEXTO SOCIAL	PERFILES	EVALUACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ● Estamos hechos de comunicación, como individuos y como sociedades, pero también usamos la comunicación para afectar particularmente esta constitución. De ahí que la comunicación implique ineludibles imperativos éticos. Centrar los esfuerzos en la profesionalización avanzada, en la formación de agentes académicos con capacidad metodológica y éticamente regulada, de influir críticamente en la definición de los términos más pertinentes para que la lucha por la identidad y la monopolización del saber legítimo, por la acumulación, reproducción y, sobre todo, la redistribución social de los saberes sobre la comunicación, adquiera un carácter liberador, al mismo tiempo científico y político. (Fuentes, 2004:18,20). ● En las experiencias de desarraigo que viven tanta de nuestra gente a medio camino entre el universo campesino y un mundo urbano cuya racionalidad económica e informativa disuelve sus saberes y su moral, devalúa su memoria y sus rituales, hablar de reconocimiento implica un doble campo básico de derechos a impulsar: el derecho a la participación en cuanto capacidad de las comunidades y los ciudadanos a la intervención en las decisiones que afectan su vivir, capacidad que se halla hoy estrechamente ligada a una información veraz y en la que predomine el interés común 	<ul style="list-style-type: none"> ● La comunicación ha entrado a ocupar un lugar estratégico en la configuración de los nuevos modelos de sociedad. Hay una tendencia creciente en los Estudios Latinoamericanos de comunicación al autismo epistémico que pretende aislar esos estudios de las ciencias sociales construyendo una pseudo-especificidad basada en los saberes técnicos, taxonomías psicológicas y estrategias organizacionales (Martín-Barbero, 2002:10-11). ● Se refuerza en la actualidad la convicción de que la “comunicación”, como quiera que la definamos, implica sistemas y prácticas socioculturales, cognoscitivas, económicas y políticas, y dimensiones psicológicas, biológicas y físicas de las que necesariamente participamos. La construcción de objetos de conocimiento sobre ella no puede ignorar que como sujetos estamos implicados en esos objetos. En el campo de la comunicación, la tensión esencial parece ser ontológica: su objeto es un factor constitutivo de lo humano, y al mismo tiempo un instrumento para la consecución de fines particulares, histórico-sociales determinados (Fuentes, 2004:18). ● La comunicación es un objeto privilegiado de prácticamente todas las ciencias y disciplinas sociales y humanas, puesto que no hay nada humano ni social que pueda entenderse mejor sin tomar en cuenta la comunicación (Sánchez Ruiz, 2002:26). ● En la medida en que el fenómeno de la comunicación colectiva se expande agresivamente soportado en medios tecnológicos en constante desarrollo, en esa medida se replantean los viejos supuestos de la idea de comunicación. Asistimos a un proceso de dos velocidades: una, la frenética explosión de la mediática que amenaza en convertirse en la única centralidad de un mundo posmoderno descentrado. Otra, el afloramiento de nuevas subjetividades que no se reducen al intercambio lineal de mensajes entre individuos. Tanto la implantación de dispositivos redes en el centro mismo de las prácticas sociales, como la diseminación de nuevas formas de interacción propulsadas por nuevas voces del cuerpo, por la restitución de otras visibilidades de lo social, 	<ul style="list-style-type: none"> ● Es mediante la formación universitaria de agentes académicos competentes para producir socialmente sentido sobre la producción social de sentido, que el campo académico de la comunicación podrá generar explicaciones más plausibles y orientadoras de las transformaciones en curso en el mundo y del papel que los sistemas y prácticas de comunicación tienen en esas transformaciones (Fuentes, 2004:19). ● La comunicación permite la visibilidad en la medida en que abre el espacio a la deliberación pública, resalta el perfil y los puntos de vista de los diversos actores, expone los temas en controversia y sus diferentes interpretaciones y aumenta la cantidad y sobre todo la calidad de las formas de acceso al debate social (Martín-Barbero, 1999: 68-69). ● Las universidades no asumen como tarea propia estructural y estratégica la de formular y diseñar proyectos sociales, la de pensar alternativas al modelo hegemónico del mercado y de la comunicación (Martín-Barbero, 2002: 11) ● Se demanda un perfil del comunicador social que responda a las necesidades sociales de la comunicación (políticas de comunicación, o programas de desarrollo) (Sánchez, 1991:13). ● Se debe mantener una formación lo suficientemente crítica y creativa que permita al egresado desempeñarse con idoneidad, buscando la 	<p>UCV: El egresado será un profesional comprometido con los valores de la democracia, los Derechos Humanos y en especial con la defensa de la libertad de información y expresión. A su vez, comprometido con la defensa de la identidad nacional y la soberanía del país. Provisto de una sólida formación cultural y profesional. Debe estar capacitado para el uso del idioma en su forma oral y/o escrita, con exactitud y precisión y en la comprensión de la lógica de funcionamiento de los medios de comunicación social.</p> <p>LUZ: El Licenciado en Comunicación Social, mención Periodismo Audiovisual y Periodismo Impreso, será un profesional formado excelentemente en el manejo de la expresión escrita, oral, visual y corporal. De una acción ética, legal y estética apropiada a la necesidad de proveer información grupal o social. Con un alto nivel de cultura, consciente de su país. Capaz de detectar problemas sociales e interpretar la realidad. El Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas será un profesional que estratégicamente maneje los elementos comunicacionales de las organizaciones y de la sociedad, orientado a la producción de mensajes promocionales en apoyo a políticas o estrategias de mercadeo o de instituciones. Se define un profesional integral: culto, creativo, persuasivo, ético, científico, humanista, técnico y artista.</p> <p>ULA: El Licenciado en Comunicación Social debe ser un profesional de nivel superior capacitado para: a) Ejercer como periodistas profesionales, b) Ejercer las mismas funciones como periodistas con formación específica en las áreas económicas, científicas y humanísticas respectivamente, siendo un analista crítico y objetivo del acontecer nacional, particularmente vigilante de todo lo que atañe a lo más altos valores de nuestra cultura. c) Contribuir al necesario fortalecimiento de las estructuras educativas del país.</p> <p>UBV: El profesional de la Comunicación Social debe tener una formación integral que lo capacite para el cumplimiento cabal de su misión social. En tal sentido debe comprender y evaluar con sentido crítico la función que la profesión de comunicador social tiene en las actuales condiciones sociales y culturales tanto a nivel nacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Presenta influencia del sustento axiológico (valores). ● Ausencia de los fundamentos epistemológicos que hoy definen la comunicación como fenómeno social y cultural. ● El perfil expresa que el profesional estará comprometido con el entorno social. Declara competencias del egresado para el ejercicio profesional en los medios. <ul style="list-style-type: none"> ● Presenta influencia del sustento axiológico (valores). ● Ausencia de los fundamentos epistemológicos que hoy definen la comunicación como fenómeno social y cultural. ● El perfil expresa que el profesional estará comprometido con el entorno social. ● Declara competencias del egresado para el ejercicio profesional en los medios y en las agencias publicitarias. <ul style="list-style-type: none"> ● Presenta influencia del sustento axiológico (valores). ● El perfil expresa que el profesional estará comprometido con el entorno social. ● Declara competencias del egresado para el ejercicio profesional en los medios y también para promover el desarrollo social. ● Ausencia de los fundamentos epistemológicos que hoy definen la comunicación como fenómeno social y cultural. <ul style="list-style-type: none"> ● Presenta influencia del sustento axiológico (valores). ● A diferencia del resto de las universidades hace una lectura crítica de la estructura de los medios y del actual ejercicio profesional. ● El perfil expresa que el profesional estará comprometido con el entorno social.

AXIOLOGÍA	EPISTEMOLOGÍA	CONTEXTO SOCIAL	PERFILES	EVALUACIÓN
<p>sobre el negocio; y segundo, el derecho a la expresión en los medios masivos y comunitarios de todas aquellas culturas y sensibilidades mayoritarias y minoritarias a través de las cuales pasa la ancha y rica diversidad de nuestros países (Martín-Barbero, 2002:17).</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Es necesario recuperar el espíritu crítico, ético y moral, emancipatorio y utópico que caracterizó a la primera generación de investigadores latinoamericanos de la comunicación. El reto es una investigación autocrítica y reflexiva, que reconozca los obstáculos para el pleno desarrollo humano y para la reproducción de la vida en el planeta (Sánchez Ruiz, 2002: 28-29). ● "Una ética integrada de la comunicación social no impone una moralidad de normas ni una deontología de instrucciones. La ética profesional no puede restringirse a normas, instrucciones o códigos. Esto no implica que no sean necesarios los códigos o los análisis de casos, que son útiles en la medida en que evitemos caer en la casuística. El enfoque adecuado debe ser una formulación ética que genere las preguntas básicas desde una perspectiva global y las planteé en los contextos sociales y culturales concretos donde tienen lugar los procesos de comunicación" (Fuentes, 2000:13-14). 	<p>por la transparentación de lo prohibido, por la eclosión de lo sumergido en las formas de vivenciar la experiencia cotidiana, conforman el nuevo suelo de otro concepto de comunicación (Lanz, 1999).</p> <ul style="list-style-type: none"> ● El nuevo papel de lo comunicacional va en la dirección de tejer la propia noción de espacio público. Lo público es público porque se funda comunicacionalmente (Lanz, 2000:129). ● Las escuelas se han negado a promover una discusión profunda del fenómeno comunicativo para ubicarlo como un fenómeno concreto, integrado a la totalidad de los fenómenos sociales, que exige para su comprensión y estudio, una formación, un rigor y un método específico y propio (López, 1989: 97). ● En el caso concreto de la información hablamos esencialmente de un área técnico-profesional, mientras que en el caso de la comunicación nos enfrentamos a un problema cuya dimensión histórico-social es irreducible a la reproducción técnico-especializada que se manifiesta en el uso y operación de los medios. Se debe replantear la comunicación como un momento que, al reclamar su determinación objetiva dentro del todo social, no puede plantearse al margen de una teoría social. La Comunicación es una propiedad inalienable del sujeto social que no depende de las tecnologías, sino del conjunto de prácticas lingüístico-culturales a partir de las cuales crecemos dentro de un modo específico de utilizar el lenguaje (López Veneroni, 1991:17,19). ● Comunicar pese a todo lo que afirman los manuales y los habitantes de la postmodernidad- ha sido y es algo más difícil y largo que informar; es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros, y ello en "doble sentido": le reconozcan el derecho a sentir y pensar diferentemente, y se reconozcan como hombres en esa diferencia. Eso es lo que significa pensar la comunicación desde la cultura (Martín-Barbero, 1990: 15). 	<p>transformación necesaria para responder al servicio que deben prestar a la sociedad (Sánchez, 1991:11-12).</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Realizar experiencias en los laboratorios de las propias universidades para crear nuevos formatos y contenidos mediáticos adecuados a las expectativas simbólicas y los gustos estéticos de las grandes masas culturalmente pauperizadas de la audiencia. Si actuásemos de tal forma, estaríamos contribuyendo positivamente para reducir el "déficit cultural" existente en nuestros países, dando un paso adelante en el paradigma comunicacional que cultivamos. La comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación se debate en dos frentes simultáneos: la batalla de la ciudadanía y la batalla académica. Al eliminar la exclusión comunicacional, las sociedades latinoamericanas estarán habilitadas para recorrer el camino de la elevación cultural de sus industrias mediáticas y, consecuentemente, para forjar ciudadanos que hagan de la democracia el instrumento de la coexistencia pacífica y de una cooperación civilizada (Marques de Melo, 2004:38-41). 	<p>como universal. Asumir una actitud crítica y de permanente análisis frente a las estructuras de los medios de comunicación social, de sus procedimientos y contenidos, con el fin de estimular los cambios necesarios para responder pronta y adecuadamente a las demandas comunicacionales de los distintos grupos sociales.</p> <p>UCAB: El perfil general se centra en la formación de un profesional con un enfoque integral y holístico del fenómeno comunicacional y con tendencias desarrolladas hacia la autosuperación y la adaptación a las características cambiantes de los medios informativos. Su preparación académica, así como con su bagaje cultural, deben permitirle analizar críticamente aquellas situaciones o coyunturas inherentes al funcionamiento del proceso comunicacional, a fin de determinar los cambios que permitan incrementar la eficacia y efectividad del mismo. El pénsum pretende formar un individuo dotado con un criterio ético y una capacidad profesional que le permita recolectar información pertinente para la sociedad en que se desenvuelve, analizarla a través del uso de los medios de comunicación social. Mención Comunicaciones Publicitarias: preparará al futuro licenciado para poner en juego los recursos teóricos y técnico-instrumentales necesarios que le proporcionen la capacidad para analizar y diseñar planes efectivos de acción dentro del área publicitaria que le permitan respaldar la toma de decisiones a nivel gerencial en el campo comunicacional.</p> <p>URBE: El Licenciado en Comunicación Social será un profesional integral, conocedor, no sólo de la teoría, sino de la práctica del ejercicio profesional; capaz de conjugar armoniosamente su formación general, humanística y científica y que comprenda la realidad socio-económica y cultural del país; que le permita desenvolverse de manera eficaz en áreas que le tocará enfrentar. Estará en capacidad de informar, y, presentar programas, realizar campañas de promoción y manejo de imagen institucional, gerenciar los medios comunicacionales o departamentos respectivos de empresas públicas y privadas, de las oficinas regionales de información estatales.</p> <p>UNICA: Formar un profesional polivalente, con conocimientos, actitudes, destrezas y valores para el ejercicio de una comunicación comprometida con el desarrollo humano sustentable. Promotor de cambios socioculturales; no se limita a informar. Fomenta la participación ciudadana en la solución de la problemática social. Hábil en el uso de los medios y las tecnologías de la información y la comunicación y gestor de proyectos comunicacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● El perfil presenta rasgos de los fundamentos epistemológicos que hoy definen la comunicación como fenómeno social y cultural. ● Presenta influencia del sustento axiológico (valores). ● El perfil presenta rasgos de los fundamentos epistemológicos que hoy definen la comunicación como fenómeno social y cultural. ● El perfil expresa que el profesional estará comprometido con el entorno social. ● Declara competencias del egresado para el ejercicio profesional en los medios impresos, audiovisuales y en las agencias publicitarias. ● Presenta influencia del sustento axiológico (valores). ● Ausencia de los fundamentos epistemológicos que hoy definen la comunicación como fenómeno social y cultural. ● El perfil expresa que el profesional estará comprometido con el entorno social. Declara competencias del egresado para el ejercicio profesional en los medios de comunicación social. ● Presenta influencia del sustento axiológico (valores). ● Declara competencias del egresado para el ejercicio profesional en los medios y también para promover el desarrollo social. ● Ausencia de los fundamentos epistemológicos que hoy definen la comunicación como fenómeno social y cultural. ● El perfil expresa que el profesional estará comprometido con el entorno social.

sociales y a una concepción de la ciudadanía democrática radical definida por Mouffe (1999: 120) como identidad política común entre personas comprometidas en muy diversas empresas pero vinculadas unas a las otras por su común identificación con una interpretación de un conjunto de valores éticos-políticos.

4. La reflexión que surge del análisis comparativo pone de manifiesto que desde la década de los noventa se ha producido un crecimiento acelerado de las escuelas de comunicación en Venezuela, las razones que explican este fenómeno se sintetizan a continuación: a) la masificación estudiantil que se produce a partir de la década de los 80; b) el uso de las tecnologías que posibilita el alcance masivo de los medios y le otorga un rol protagónico al comunicador social; c) el sector privado de la educación fundado en la alta demanda de estudios en el área de las comunicaciones, crea de manera vertiginosa nuevas escuelas, pero repitiendo la misma oferta académica tradicional⁴. De nuestras escuelas de comunicación emergen centenares de profesionales con grandes expectativas hacia un mercado tradicional, el de los medios de comunicación, que hoy luce agotado. Esta incertidumbre se agudiza por el desprestigio del ejercicio profesional del periodista frente al ciudadano. La propuesta de formación académica de las escuelas que son objeto de este análisis no se han modificado sustancialmente en respuesta a los cambios políticos y sociales que vive el país y al impacto del desarrollo científico y tecnológico en las prácticas profesionales.

5. Los resultados del estudio diagnóstico de la situación ocupacional de los egresados de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, realizado entre 1992 y 1994 por las autoras de este trabajo, permitieron hacer algunas recomendaciones a las instituciones formadoras de comunicadores que aún tienen plena vigencia: profundizar la formación general orientada hacia la formación básica profesional, lo que incluiría saberes, destrezas y competencias en áreas del conocimiento como lenguaje oral y escrito, sólida formación sociopolítica, formación humanística, orientaciones filosóficas que exalten los valores éticos, formación en epistemología de la comunicación, formación bá-

sica en tecnologías de la información, conocimiento de otro idioma. Debe vincularse esta formación básica al área de formación específica profesional que le proporcionen al futuro comunicador las capacidades, destrezas y habilidades necesarias para el ejercicio profesional. Se puede afirmar que esta dualidad en el perfil de un comunicador social es lo que le permitiría interpretar la preocupación del ciudadano medio y afianzar su compromiso con la defensa de sus derechos cívicos y políticos, económicos y sociales en democracia (Morales y Parra, 1997).

Reflexiones finales

El debate sobre la pertinencia del proyecto académico que se ha reproducido en los últimos años no termina aquí, es parte del esfuerzo que debemos hacer por darle cuerpo y sentido a nuestras reflexiones, a las angustias intelectuales, al cerco impuesto por una práctica académica muda ante la fragmentación, ante la entrega del pensamiento *a la perennidad de un presente insólito*. Estamos frente a una pérdida de referentes concretos en nuestras instituciones universitarias. Es la verdadera crisis desatada por la ausencia de un nuevo paradigma del pensamiento que fundamente el saber y el hacer. No hay compromiso con un proyecto político y ético que sustente la enseñanza y la investigación, y dé sentido a una propuesta que debe tener carácter histórico y que no eluda la relación entre la teoría y la práctica.

De allí no se colige una única y exclusiva conclusión, al contrario se producen diversas lecturas, desde el surgimiento de una nueva propuesta que retome la urgencia y el tono dramático de las transformaciones requeridas, o el riesgo de perder nuevamente la oportunidades, ambas entrecruzadas en el desarrollo del pensamiento.

- **Elda Morales. Profesora Titular de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Investigadora del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información, Editora de la Revista *Quórum Académico*.**
- **Luz Neira Parra. Profesora Asociada de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Investigadora del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información, Miembro del Comité Editorial de la Revista *Quórum Académico*.**

Notas

- 1 Este proyecto de investigación es financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad del Zulia y está adscrito al Centro de Investigación de la Comunicación y la Información.
- 2 La matriz epistémica es el trasfondo existencial y vivencial, el mundo de la vida y a su vez, la fuente que origina y rige el modo general de conocer, propio de un determinado período históricocultural. En su esencia consiste en el modo propio y peculiar, que tiene un grupo humano, de asignar significados a las cosas y a los eventos, es decir, es su capacidad y forma de simbolizar la realidad (Martínez, 1997:228).
- 3 La falla fundamental de la oferta educativa de las Escuelas de Comunicación Social se refleja en los criterios de instrucción, en el desequilibrio entre las materias teóricas y las materias prácticas, la escasa formación general frente a la formación profesionalizante, y en la tendencia a privilegiar uno u otro tipo de formación: la instrumental y la teórica (Morales y Parra, 1997).
- 4 La UCV no ofrece menciones y tiene un régimen abierto a partir del sexto semestre. Actualmente el Diseño Curricular está en revisión y se otorga un título de Licenciatura en Comunicación Social. LUZ mantiene abiertas tres carreras en las áreas tradicionales de Periodismo Impreso, Periodismo Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. La novedad se introduce en el año 1995, con la creación de la carrera de Producción Audiovisual aprobada por el Consejo Nacional de Universidades, pero la misma no está en funcionamiento. Es importante señalar que LUZ en la Reforma de 1995 cambió su pènsum y aprobó otorgar títulos diferenciados para las tres carreras, Licenciados en Comunicación Social con menciones en Audiovisual e Impreso y un Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. Es importante mencionar que ésta última carrera no desarrolla áreas de conocimiento comunes a la formación del comunicador social. El resto de las escuelas principalmente las más nuevas, repiten el mismo modelo curricular, licenciaturas en comunicación social, con menciones en periodismo impreso, periodismo audiovisual y publicidad y relaciones públicas. En la ULA se otorga el título de Licenciado en Comunicación Social con tres menciones: Desarrollo Científico, Desarrollo Humanístico y Desarrollo Económico. La UNICA otorga un título de Licenciatura en Comunicación Social, mención Desarrollo Social, pero sus egresados se orientan básicamente hacia el mercado tradicional. El Programa de Comunicación más reciente es el de la Universidad Bolivariana de Venezuela que tiene previsto graduar un Licenciado en Comunicación Social y como salida intermedia un certificado en producción de medios de comunicación.

CUADRO 2
HOJAS DE ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LOS DISEÑOS CURRICULARES

		UCAB												URBE												UNICA							
		Artes				Comunicaciones				Periodismo				Impreso				Audiovisual				RRPP				Desarrollo Social							
		Audiovisuales		publicitarias																													
		FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	BP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido
Formación General	Ejes Curriculares	3	4		10.0%	3	4		10.0%	3	4		10.0%	2	5		9.9%	2	5		9.9%	2	5		9.9%	2	2		8.9%	2	2		8.9%
	Lenguaje y expresión	3	4		10.0%	3	4		10.0%	3	4		10.0%	2	5		9.9%	2	5		9.9%	2	5		9.9%	2	2		8.9%	2	2		8.9%
	Formación humanística	9			12.9%	9			12.9%	9			12.9%	3			4.2%	3			4.2%	3			4.2%	3			4.2%	1			2.2%
	Formación sociopolítica	5	1		8.6%	5	1		8.6%	5	1		8.6%	4			5.6%	4			5.6%	4			5.6%	3	1		8.9%	3	1		8.9%
	Investigación	5		3	11.4%	5		3	11.4%	5		3	11.4%	2	1	2	7.0%	2	1	2	7.0%	2	1	2	7.0%	1	1	3	11.1%	1	1	3	11.1%
	Ambiente														1		1.4%		1		1.4%		1		1.4%								
	Idiomas instrumentales	4			5.7%	4			5.7%	4			5.7%	8			11.3%	8			11.3%	8			11.3%								
	Computación	2			2.9%	2			2.9%	2			2.9%	3			4.2%	3			4.2%	3			4.2%	1			2.2%	1			2.2%
	Actividades	Actividades-Orientación													3			4.2%	3			4.2%	3			4.2%	3			6.7%	3		
Básica Profesional	Ciencias de la Comunicación	6			8.6%	6	3		12.9%	6	1		10.0%	7			9.9%	6			8.5%	6			8.5%	4			8.9%	4			8.9%
	Diseño	2	1		4.3%	2			2.9%	2	1		4.3%	2	2		5.6%	2	2		2.8%	2	2		5.6%	1			4.4%	1			4.4%
	Gerencia	1	1		2.9%	1	1		2.9%	1	1		2.9%	2	1		4.2%	1	2		4.2%	1	2		4.2%					1			2.2%
	Tecnología de la Información														2		2.8%													1			2.2%
Específica Profesional	Ética y Legislación	1	3		5.7%	1	2		4.3%	1	2		4.3%	1	1		2.8%	1			1.4%	1			1.4%	1			2.2%	1			2.2%
	Área Periodismo Audiovisual	1	12		18.6%	1			1.4%	1	3		5.7%	5	3		11.3%	5	13		25.4%	5			7.0%	6			13.3%	6			13.3%
	Área Periodismo Impreso	1			1.4%	1			1.4%	1	9		14.3%	3	4		9.9%	3			4.2%	3			4.2%	2			4.4%	2			4.4%
	Área Publicidad y RRPP	2			2.9%	2	11		18.6%	2			2.9%	1			1.4%	1			1.4%		12		16.9%	1			2.2%	1			2.2%
	Área Desarrollo Social																													3			6.7%
	Área Desarrollo Científico																																
	Práctica Profesional													1			1.4%		1		1.4%		1		1.4%					4			8.9%
	Electivas			3	4.3%			3	4.3%			3	4.3%		2		2.8%		2		2.8%		2		2.8%		2		2.8%		2		4.4%
	Total de materias por área de formación	28	19	23		28	19	23		28	19	23		25	28	18		25	26	20		25	25	21		12	19	14		12	19	14	
	% Total de materias por área de formación	40%	27%	33%		40%	27%	33%		40%	27%	33%		35%	39%	25%		35%	37%	28%		35%	35%	30%		27%	42%	31%		27%	42%	31%	
Total de asignaturas de la carrera	70			100%	70			100%	70			100%	71			100%	71			100%	71			100%	71			100%	45			100%	

FG: Formación General FBP: Formación Básica Profesional FEP: Formación Especifica Profesional

		UCV												LUZ											
		Ciclo básico				C. Variable				Impreso				Audiovisual				RRPP							
		FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	BP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido
Formación General	Ejes Curriculares	3	2		9.8%					3	4		13.7%	3	2		10.2%	3	1		8.2%	3	1		8.2%
	Lenguaje y expresión	3	2		9.8%					3	4		13.7%	3	2		10.2%	3	1		8.2%	3	1		8.2%
	Formación humanística	2			3.9%									4			7.8%	4			8.2%	1			2.0%
	Formación sociopolítica	6			11.8%					4			7.8%	4			8.2%	1			2.0%	1			2.0%
	Investigación	2	2	1	9.8%					1	2	3	11.8%	1	2	2	10.2%	1	1	1	6.1%	1	1	1	6.1%
	Ambiente									1			2.0%	1			2.0%	1			2.0%	1			2.0%
	Idiomas instrumentales	3			5.9%					2			3.9%	2			4.1%	2			4.1%	2			4.1%
	Computación	1			2.0%																	1			2.0%
	Actividades	Orientación y autodesarrollo									2			3.9%	2			4.1%	2			4.1%	2		
Básica Profesional	Ciencias de la Comunicación		5		9.8%						3		5.9%		3		6.1%		1		2.0%		1		2.0%
	Diseño		1		2.0%					1			7.8%	1			2.0%					1			2.0%
	Gerencia											1	2.0%			1	2.0%							3	6.1%
	Tecnología de la Información									1	2		5.9%		1		2.0%	1			2.0%	1			2.0%
Específica Profesional	Ética y Legislación		1		2.0%						1	1	3.9%		1		2.0%		1		2.0%		1		2.0%
	Área Periodismo Audiovisual		4		7.8%						4		7.8%		5	10	30.6%					3			6.1%
	Área Periodismo Impreso		5		9.8%						1	4	9.8%		1		2.0%								
	Área Publicidad y RRPP		2		3.9%						1		2.0%		1		2.0%					3	16		38.8%
	Área Desarrollo Social																								
	Área Desarrollo Científico																								
	Práctica Profesional											3	5.9%			3	6.1%							3	6.1%
	Electivas			11	21.6%							3	5.9%			3	6.1%							3	6.1%
	Total de materias por área de formación	17	22	12						14	17	20		14	16	19		11	12	26		11	12	26	
	% Total de materias por área de formación	33%	43%	24%						27%	33%	39%		29%	33%	39%		22%	24%	53%		22%	24%	53%	
Total de asignaturas de la carrera	51			100%					51			100%	49			100%	49			100%	49			100%	

FG: Formación General FBP: Formación Básica Profesional FEP: Formación Especifica Profesional

		ULA								UBV							
		Desarrollo Científico				Desarroll Humanístico				Desarrollo Económico				Comunicación Social			
		FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido	FG	FBP	FEP	% Valido
Formación General	Ejes Curriculares																
	Lenguaje y expresión		2		5.9%		2		5.9%		2		5.9%	1	1		5.1%
	Formación humanística							3	8.8%								
	Formación sociopolítica	4			11.8%	4			11.8%	2	2	3	20.6%	2			5.1%
	Investigación	1		1	5.9%	1		1	5.9%	1		1	5.9%		2	2	10.3%
	Ambiente														1		2.6%
	Idiomas instrumentales	4			11.8%	4			11.8%	4			11.8%				
Computación	1			2.9%	1			2.9%	1			2.9%					
Actividades	Orientación y autodesarrollo																
Básica Profesional	Ciencias de la Comunicación		2		5.9%		2		5.9%		2		5.9%		2	3	12.8%
	Diseño		1		2.9%		1		2.9%		1		2.9%				
	Gerencia																
	Tecnología de la Información														3		7.7%
Específica Profesional	Ética y Legislación		1		2.9%		1		2.9%		1		2.9%		1		2.6%
	Área Periodismo Audiovisual			5	14.7%			5	14.7%			5	14.7%		3	3	15.4%
	Área Periodismo Impreso		1	2	8.8%		1	2	8.8%		1	2	8.8%		3	5	20.5%
	Área Publicidad y RRPP		1		2.9%		1		2.9%		1		2.9%		1	1	5.1%
	Área Desarrollo Científico			3	8.8%												
	Práctica Profesional			1	2.9%			1	2.9%			1	2.9%				
	Electivas			3	8.8%			3	8.8%			3	8.8%			5	12.8%
	Total de materias por área de formación	10	9	15		10	9	15		8	11	15		3	17	19	
% Total de materias por área de formación	29%	26%	44%		29%	26%	44%		24%	32%	44%		8%	44%	49%		
Total de asignaturas de la carrera	34			100%	34			100%	34			100%	39			100%	

FG: Formación General FBP: Formación Básica Profesional FEP: Formación Específica Profesional

Referencias Bibliográficas

- Antillano, Pablo (2002) "El periodismo venezolano sucumbe a la política", *Comunicación* 119:23-25.
- Fuentes Navarro, Raúl (1991) "Prácticas Profesionales y Utopía Universitaria: Notas para repensar el modelo de comunicador", *Diálogos de la Comunicación*, 31: 37-42.
- _____ (2000) "La formación universitaria de profesionales de la comunicación y su renovación como proyecto social", *Diálogos de la Comunicación*, 59-60: 10-23.
- _____ (2004) "Del Intercambio de Mensajes a la Producción de Sentido: Implicaciones de una perspectiva sociocultural en el estudio de la comunicación", *Quórum Académico*, 1 (1): 3-22.
- Inciarte Alicia y Canquiz Lilibiana (2001) "Análisis de la consistencia interna del currículum", Informe de Investigaciones Educativas, Vol.15, N° 1 y 2.
- Lanz, Rigoberto (1999) "El giro comunicacional o el vértigo de la comunicación total", *Relea* 9:7-14.
- _____ (2000) "Pensar la ciudadanía después del fin de la política", *Relea* 11:123-138.
- Laredo, Inés et al. (1983) *La formación de profesionales eficientes*, Maracaibo, Ediluz.
- López Veneroni, Luis (1989) *Elementos para una crítica de las Ciencias de la Comunicación*, México, Trillas.
- _____ (1991) "La Comunicación como vacío académico", *Diálogos de la comunicación*, 31: 15-24.
- Marcano, Noraida (1999) Coherencia y Pertinencia de los Diseños Curriculares para la formación docente. Un estudio Comparativo. Tesis Doctoral. URBE. Maracaibo.
- Marques de Melo, José (2004) "Paradigmas comunicacionales que brotaron tempranamente en las Américas", *Quórum Académico* 1 (1): 25-43.
- Martín-Barbero, Jesús (1990) "Comunicación, campo cultural y proyecto mediador", *Diálogos de la comunicación*, 26:6-15.
- Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán (1999) *Los Ejercicios del ver. Hegemonía Audiovisual y Ficción televisiva*, Barcelona, Gedisa.
- Martín-Barbero, Jesús (2002) "Técnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo", *Diálogos de la Comunicación*, 64: 8-23.
- Martínez Miguélez, Miguel (1997) *El paradigma emergente*, México, Trillas.
- Morales, Elda y Parra, Luz Neira (1997) *La Enseñanza de la Comunicación: dilema entre Currículo y Mercado*, Maracaibo, Astro Data.
- _____ (2005) "Los retos de la ciudadanía a los medios de comunicación social y a la formación social del comunicador. Venezuela: La Ley de responsabilidad social en radio y televisión", *Espacio Abierto* 14 (3): 459-471.
- Mouffe, Chantal (1999) *El retorno de lo político*, Barcelona, Paidós.
- Orozco, Guillermo (1994) "Al rescate de los medios formación del comunicador: perspectivas en competencias", México, Fundación Manuel Buendía y Universidad Iberoamericana.
- Sánchez, Joaquín (1991) "Escuelas de comunicación ¿para qué?", *Diálogos de la Comunicación*, 31: 9-14.
- Sánchez Ruiz, Enrique (2002) "La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda", *Diálogos de la Comunicación*, 64: 24-35.
- Vílchez, Nerio (2004) "Una revisión y actualización del concepto de currículo", *Telos* 6 (2):194-208.
- _____ (2005). *Fundamentos del currículo*, Maracaibo, Fondo Editorial Urbe.
- Wolton, Dominique (2000) *Internet ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, Barcelona, Gedisa.

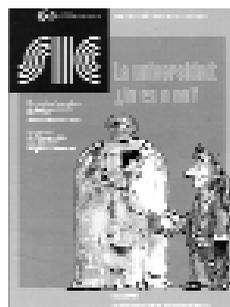
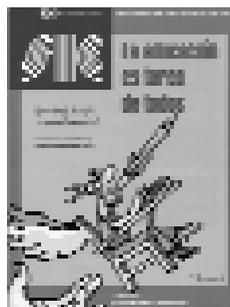


Esquina de La Luneta,
Edif. Centro Valores,
P.B. Apartado 4838.
Telfs.: 564.9803
564.5871. Fax: 564.7557. Caracas
1010-A. Venezuela.

Tarifas de suscripción Revista SIC
VENEZUELA

Correo ordinario	Bs. 45.000
Suscripción de apoyo	Bs. 90.000
Número suelto	Bs. 4.500

Para suscripciones desde el extranjero comunicarse con el Centro Gumilla



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



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 DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org.ve
 ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve

Postgrados en Comunicación Social

entre la academia y el mercado

En una mesa redonda convocada para abordar esta materia, el Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Gustavo Hernández Díaz, y el Director de Postgrados de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, Marcelino Bisbal plantean, junto con los miembros del equipo de redacción de Comunicación, la “tensión” entre la academia y el mercado a la hora de definir los estudios de IV nivel de esta “práctica profesional”; tensión que se muestra a través de tres problemas seleccionados: las diferencias de criterio entre egresandos de pregrado y profesionales en el campo laboral; el mercado para los investigadores de la comunicación, y la necesidad de una epísteme propia para generar paradigmas y metodologías propias

■ Carlos Delgado-Flores

Desde hace quince años, asistimos a una expansión notable de los estudios en Comunicación Social en todo el país, tanto en pregrado como en postgrado. Para 1988, había sólo cinco escuelas de comunicación social en el país: las de la Universidad Central de Venezuela, Universidad Católica Andrés Bello, Universidad de Zulia, Universidad de Los Andes, núcleo Táchira y Universidad Cecilio Acosta. Hoy son trece, con 22 sedes y presencia en todas las regiones del país. De estas trece universidades, 9 son privadas y 4 públicas, para una matrícula que supera los cincuenta

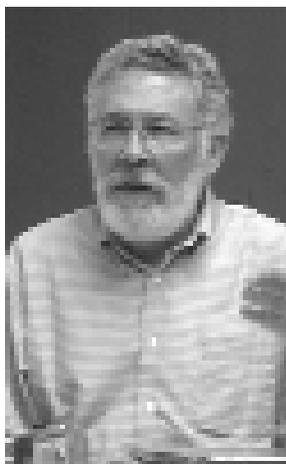
mil estudiantes en todo el país, cuya incorporación –más temprano o más tarde al mercado laboral. No obstante, las universidades sólo constituyen una de las dimensiones profesionales actuales de la comunicación social, considerando los egresados de las distintas carreras técnicas (TSU's) asociadas: publicidad, mercadeo, relaciones públicas, diseño gráfico; a los operarios, técnicos y oficinistas vinculados a distintos aspectos de la comunicación: fotografía, producción audiovisual, diseño multimedia, administración de redes, operación experta de software, entre otros. Y por otra parte,

acaso conformando la base de una jerarquía, está una dimensión de competencias mucho más amplia, que por básica podría considerarse cuestión de alfabetización digital: chatear, operar correo electrónico, editar un blog, navegar por Internet, manejo de programas “de oficina”, etc.

Valga esta primera mirada a la ruta que va desde la pantalla de un computador cualquiera, al egreso de alguno de los escasos postgrados en el área de la Comunicación Social disponibles en el país, para ilustrar -de entrada- el ámbito donde transcurre la discusión que este **Hablemos** reseña: en la tensión entre el postgrado concebido para atender la necesidad de la misma academia, de formar su propio personal, y el postgrado como respuesta a las exigencias de formación del mercado laboral.

Se trata de una disyuntiva soportada en una encrucijada de sentido: el de la construcción del conocimiento científico y el de la profesionalización de los oficios, que si bien, en una primera instancia no lucen antagónicos, en el orden de producción de los discursos aparecen asociados a prácticas institucionales con marcada diferencia: la academia y la empresa. Sobre esta dicotomía interviene el equipo de la revista **Comunicación**: Jesús María Aguirre (ahora incorporado al proceso de reforma curricular de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB), José Ignacio Rey, Marcelino Bisbal (Director de Postgrados en Comunicación Social de la UCAB), Gustavo Hernández (Director del Instituto Nacional de Investigadores de la Comunicación -ININCO, de la Universidad Central de Venezuela, sede de dos postgrados en el área), Carlos Correa, Andrés Cañizález, Luís Carlos Díaz y quien esto escribe.

Discutir la cuestión de la formación académica de los comunicadores sociales, la mayoría de las veces implica pasearse por temáticas complejas, como la búsqueda de una epísteme propia para las “ciencias de la comunicación”, asunto que se debate entre la consideración instrumental de la acción de comunicación, la valoración crítica de la construcción de sentido que se inaugura desde este accionar más o menos común entre seres humanos, la más o menos laxa frontera interdisciplinaria de la construcción e interpretación del orden social, de producción y reproducción simbólica (cultura e industrias culturales), de formación de la opinión pública y de la acción social asociada a ella. Materias que suponen que el conocimiento generado tenga aplica-



Marcelino Bisbal



Gustavo Hernández



Andrés Cañizález



José Ignacio Rey



Jesús María Aguirre



Carlos Delgado-Flores

ciones prácticas para la producción discursiva o para la investigación de esta producción; sobre las cuales hay complicaciones nuevas, como el impacto que la tecnología tiene en materia de desarrollo de competencias o la legitimidad del ejercicio de estas nuevas competencias dentro del tejido de las industrias culturales.

Por ello, en la perspectiva de la tensión entre academia y mercado, al reseñar la conversación sostenida en la redacción, hemos agrupado el orden de las intervenciones y la documentación reseñadas, en torno a tres casos que intentan ilustrar los retos que la formación profesional de los comunicadores plantea más contemporáneamente a la academia. Estos son:

Problema 1. La demanda de los egresados de comunicación social no necesariamente corresponde con la demanda del mercado. Casos encuesta y diplomados de la UCAB

Marcelino Bisbal relata que al inicio de su gestión como director de postgrados de Comunicación Social de la UCAB, surgió la idea de hacer una encuesta con los estudiantes de los últimos semestres de pregrado en comunicación, para ubicar las tenden-

cias en este segmento, el de los futuros profesionales. Los resultados de esta encuesta, realizada en una población mayoritariamente de sexo femenino (78%), revelaron:

- El área de desempeño profesional señalada con mayor frecuencia fueron las Relaciones Públicas (17%), seguida de Publicidad (14%), Producción Audiovisual y Cinematográfica (13%), Periodismo Impreso (11%), Periodismo audiovisual (10%), Comunicación Organizacional (10%). Periodismo Digital y Marketing exhiben cada uno 7% de preferencia. La opción menos seleccionada es Periodismo Institucional con 1%. Sobre estas preferencias, el informe de la encuesta comenta: “podemos llegar a la modesta suposición que el número elevado de votos a favor de RRPP Publicidad y Producción Audiovisual se debe en parte por ser áreas de la Comunicación con fama de altas remuneraciones en la actividad profesional de un Comunicador Social, además de ser áreas que progresivamente a nivel local han sido conquistadas por profesionales del sexo femenino, población dominante en la muestra examinada. La baja ecogencia de Periodismo Institucional puede intuirse como un síntoma del clima de polarización política

de nuestro país, en los presentes momentos, donde el término Periodismo Institucional se vincula a una labor de Comunicación a favor del gobierno de turno”.

● El postgrado es valorado de manera unánime por el estudiantado encuestado: 90% le da mucha importancia, 10% regular. Y en cuanto al tipo de postgrado, el más señalado fue la especialización (44%), seguida de la maestría (26%) y el doctorado (14%). Un 9% de los encuestados manifestó preferir hacer el pregrado de otra carrera y sólo el 1% declaró preferir no proseguir después de graduarse. Sobre esta distribución, el informe de la encuesta señala: “La tendencia hacia la especialización en la carrera, en detrimento de una maestría o un doctorado puede ser como producto de la creencia de que las especializaciones aportan mayores conocimientos prácticos y menos teóricos en el ejercicio profesional fuera de los ámbitos académicos en el área de la Comunicación, además de que se suele creer que las especializaciones transcurren en un período de tiempo más corto que las maestrías y tienden a una exigencia académica menor a la de una Maestría o un diplomado”. A ello se puede agregar que en el periodismo se viene hablando –tal vez de manera algo confusa– de especialización, para referirse al grado de preparación en la cobertura de una fuente periodística de especificidad temática diferente a otras (política, economía, deportes, etc.)

● Las áreas preferidas para el desarrollo de postgrado son, coincidentemente, las áreas que se perciben como mejor remuneradas y de mayor prestigio: Producción Audiovisual y Cinematografía (20%), Relaciones Públicas (18%), Marketing (12%) y Periodismo Audiovisual (12%), entre otras y en orden decreciente.

Ahora bien, los postgrados en Comunicación Social de la UCAB no necesariamente se inscriben dentro de ese rango de necesidades de formación señaladas, más bien suponen el sostenimiento –a prueba de una estructura curricular anterior, acondicionada a las demandas de los estudiantes. Se trataba, en principio, de recuperarlos después de una declinación apreciable desde 2000, para dar respuesta a la demanda del mercado, pero también a las necesidades de la academia de formación de sus propios recursos humanos. Las especializaciones y maestrías en Comunicación para el Desa-

“

Porque acaso un signo de madurez de la profesión del comunicador social puede verse allí, en la emergencia de los estudios de cuarto nivel, como requisito de ingreso laboral asignado por los empleadores, en acuerdo con la tendencia global

”

rollo Social, y Comunicación Organizacional, y la especialización en Publicidad obedecen por una parte, a una demanda más o menos consolidada y a la tendencia dominante, ya señalada: buena parte de sus estudiantes son de sexo femenino egresadas de la Ucab o de otras universidades privadas.

El perfil de la maestría en Comunicación para el Desarrollo Social, con menos demanda que los otros postgrados, se desplaza en su definición: de la formación de especialistas con destrezas instrumentales para planificar proyectos de comunicación para el desarrollo, bien en el ámbito de la especialidad, o como componentes dentro de proyectos sociales más ambiciosos, a la formación de investigadores de la comunicación, que puedan realizar labores de consultoría privada y docencia universitaria. Pero este desplazamiento obedece más a la demanda académica de los estudiantes, que a un criterio de planificación académica más rígido: hay mucho de intuición confesada sin rubor, por Bisbal.

Si el mercado establece otras áreas de desarrollo académico, a partir de una experiencia diferente a las expectativas de los graduandos: el desarrollo de competencias laborales que deben estar alineadas con las políticas de producción de los medios de comunicación, principalmente, es lógico que los postgrados den respuesta en escalas diferentes. Así surgen los programas modulares de comunicación para no comunicadores, el Programa de Estudios Avanzados (diplomado) en Periodismo en convenio con el diario El Nacional, o los diplomados en comunicación y política y en comuni-

cación y derechos humanos, que dan respuesta a necesidades inscritas en dinámicas sociales no necesariamente laborales o mercantiles. No deja, sin embargo de apuntar hacia la decisión del Consejo Nacional de Universidades, de aprobar la creación, como diplomados, de estudios de cuarto nivel para Técnicos Superiores Universitarios -TSU’s- como la posibilidad de las universidades, de desarrollar su responsabilidad social, creando postgrados para esta área de demanda hasta ahora completamente desatendida.

Porque acaso un signo de madurez de la profesión del comunicador social puede verse allí, en la emergencia de los estudios de cuarto nivel, como requisito de ingreso laboral asignado por los empleadores, en acuerdo con la tendencia global. Pasa con otras carreras también: las corporaciones trasnacionales han seleccionado el *Master on Bussiness Administration* (MBA) como un nuevo estándar, para el cual ha surgido un sistema de certificación constituido por rankings a nivel internacional: los bufetes de abogados se especializan en áreas del derecho (mercantil, de propiedad intelectual, arbitraje, derecho comercial internacional, etc.), la industria petrolera venezolana fue exigiendo cada vez más la formación de cuarto nivel, la administración pública establece la “prima de profesionalización” que se suma al sueldo mensual cuando hay licenciatura, o postgrados que certifican formalmente las competencias descritas para cada cargo. Pero también tiene que ver con la consolidación de las carreras, lo cual lleva a que cada vez sean más los profesores de pregrado en las universidades a quienes se les exige tener postgrados

Problema 2. ¿Cuál es el mercado de los investigadores de la comunicación? Caso ININCO versus compañías de estudios de mercado

Que la academia diseñe sus estudios de cuarto nivel para formar sus profesores no solo es un hecho legítimo, sino revelador de un sano criterio de organización del modo de producción del saber universitario, el de asignar las jerarquías al desarrollo de capacidades y su formalización, lo que justifica la existencia del escalafón. Correa señala que “la universidad tiene que formar a sus recursos humanos, lo que no se puede pretender es que sea ésta (el postgrado) la única forma de hacerlo. En la relación con el mercado laboral hay un

papel trascendente que tiene que tener la universidad, pero al mismo tiempo no pueden plantearse ninguna carrera teórica que no tenga ninguna conexión con la realidad y hay que plantearse cuál es el sentido muchos de los conceptos aparentemente vigentes en los postgrados, y si no hace la universidad lo harán otros con un sentido completamente mercantilizado”.

Gustavo Hernández ejemplifica con el caso de la Maestría en Ciencias de la Comunicación del ININCO, la idea del postgrado como mecanismo de formación del personal docente (ver recuadro) que no es muy distante al registrado con el Doctorado en Humanidades de esa casa de estudios. Correa, no obstante, señala que en la mayoría de los casos, los estudiantes de postgrado están en el medio laboral: “gente que ya trabaja, que tiene una relectura de su formación, entonces frente a eso ¿qué puede hacer la universidad? No es solo la demanda que tiene de personal y la demanda que puede tener la empresa, sino que es una voluntad de incidencia en la relación del mercado laboral. Pero es que postgrado a diferencia del pregrado tiene más libertad. Si estamos dedicándonos a formar para el mercado laboral o si estamos dedicándonos a las líneas que nosotros tenemos”. Esa es la cuestión: ¿qué mercado puede tener un historiador de la comunicación en medios de comunicación, o en empresas investigadoras de marketing u opinión pública?

Jesús María Aguirre recuerda que en la etapa de realización del análisis de perfiles en las empresas, cuando se miraba dónde se investigaba la comunicación fuera de la academia, se señalaban empresas tipo *Datanalisis*, o *Datos IR*, u otras, donde se realizan labores de estadística o planificación estratégica. Lo que un comunicador podría hacer, de acuerdo con sus competencias, tiene que ver con el diseño de cuestionario, validación, testeo, levantamiento de muestras, pero para eso se tiene a psicólogos o sociólogos. “Esos componentes no los trabajamos en la academia –afirma– o los trabajamos de una manera adicional”.

Señalamos que ello en parte se debe a lo que se conoce de los investigadores en comunicación: mucha investigación centrada en el análisis de los mensajes, por muchos años, y con enfoques que van de lo morfológico y semántico a lo crítico: “la relación entre el modo de producción de los mensajes y la propiedad del medio”, que si bien ello “reporta el interés de la academia” (José Ignacio Rey *dixit*) ubica al comunicador social casi unívocamente en la esfera de los discursos: su producción, su interpretación, acaso su reproducción. Quizás por ello no participan más ac-

“

Lo cierto es que, en determinado momento se plantea que la universidad colocó los caballos detrás de la carrera, al preferir los postgrados en Comunicación Social como centros de formación de los relevos académicos en las escuelas del área

”

tivamente en otras esferas de la investigación, más desarrolladas por psicólogos y sociólogos, quedándose sólo en la parte operativa.

En muchos casos lo que si dice investigación no ha pasado de ser el seguimiento de determinados protocolos de investigación, idea que refuerza Luis Carlos Díaz al relatar cómo en la Escuela de Comunicación Social de la UCV, la “tesis –comodín” es el guión de radio, que se produce en serie con un marco teórico sin mayores alcances, y sin mayores innovaciones, para cumplir con un requisito académico.

¿Este hecho se adecua con el desarrollo de competencias para el mercado? Carlos Correa menciona la precarización del mercado laboral y vale preguntarse si este fenómeno obedece sólo a considerar el laboral como un costo que debe mantenerse bajo en la medida de lo posible, en las empresas de comunicación social; o si tal vez en ello no incide también una eventual reducción de las capacidades personales de los egresados de las escuelas, como producto de los cambios de enfoque (la pérdida de las menciones), lo cual justificaría que los empleadores incluyan, ahora, los estudios de cuarto nivel. “Las empresas –afirma– están teniendo en contratos que las personas que salen de la universidad ya no garantizan los criterios (de empleabilidad) y entonces están procurando relación con otros medios para actualizar la gente con la que trabajan y no hay opciones. Yo creo que estamos avanzando hacia una institucionalización de la carrera que está demandando cada vez

más formación y se están introduciendo postgrados. Una empresa requiere personas con habilidades de diagnóstico, de formulación de preguntas y para tratar de responder es en gran medida lo que necesita cualquier emprendimiento, provengan de escuelas universitarias o no: a ti te contratan para resolver problemas, y para resolver problemas tú tienes que hacer un diagnóstico, construir salidas, escenarios y para eso te contratan”.

Problema 3. ¿Cómo conciliar la formación técnica con la producción de conocimientos? La cuestión de los paradigmas y los métodos

Uno de los problemas que se presentan para el desarrollo de la investigación en comunicación social, es que, comúnmente, ésta no se considera una disciplina, sino una práctica profesional, con lo cual se indica el cambio evolutivo de un oficio moderno. Claro que la Comunicación Social es un fenómeno mucho más complejo, cuya interpretación demanda la interdisciplinariedad, y quizás sea allí, en la dificultad para generar una especificidad, donde radica la fragilidad epistemológica de las “ciencias de la Comunicación”.

Andrés Cañizalez plantea la interrogante de si acaso un doctorado en ciencias de la comunicación puede ser útil para legitimar académicamente esta profesión, para encontrar dentro de la academia el “respeto” (término empleado por Delgado-Flores) que el conocimiento generado merece conciliando la necesidad de la universidad con la calidad de formación que el mercado demanda. Jesús María Aguirre refiere el caso de Brasil, que desde hace 20 años tiene un doctorado en publicidad, el cual no tiene mayor utilidad práctica, más que la de la misma academia. José Ignacio Rey, por su parte enfoca la relación de la universidad con el mercado no en sentido pecuniario, sino como ámbito para el desarrollo de “una estrategia de incidencia en la realidad”.

Lo cierto es que, en determinado momento se plantea que la universidad colocó los caballos detrás de la carrera, al preferir los postgrados en Comunicación Social como centros de formación de los relevos académicos en las escuelas del área. Marcelino Bisbal revela a modo de anécdota parte del proceso de constitución de los nuevos postgrados en Comunicación Social en la UCAB: “A mi me tocó ir a consejos generales a defender esto. Todo

el mundo sentía que podía opinar sobre comunicaciones, pero Dios nos libre que un comunicador opinara sobre una maestría en psicología, etc. Todo el mundo es especialista en comunicación. En otras áreas la gente siente que lo comunicacional es someramente instrumental” y el relato es útil para mostrar, en parte, la necesidad de una epísteme propia para la Comunicación.

Pero también se sostiene que debe haber un área donde el interés de la academia y el del mercado se concilien y quien esto escribe propone que esas áreas son, en el contexto de la elaboración del conocimiento científico: la del diseño de metodologías de investigación que produzcan técnicas y procedimientos de utilidad para el desempeño profesional, y la de formulación de paradigmas donde estas metodologías se inscriban. ¿Acaso nuevas metodologías en los paradigmas de uso común? ¿Acaso nuevas metodologías para nuevos paradigmas? No obstante, Aguirre contrasta esta idea con la realidad: “uno recoge los principios de los investigadores y lo que se ha visto nada que ver. Pero desde allí no montas el perfil de trabajo. La crítica que se hace sobre la situación del mercado laboral es la obvia, en muy utilitarista. Aquí al final lo que se solicita es gente que escriba desde su competencia para llenar el periódico.” Ello no zanja el debate que por demás, queda abierto, máxime ahora, cuando la economía digital y la sociedad del conocimiento presionan sobre las industrias culturales y sobre la academia, apuntando hacia un nuevo perfil de competencias, aún por esclarecer.

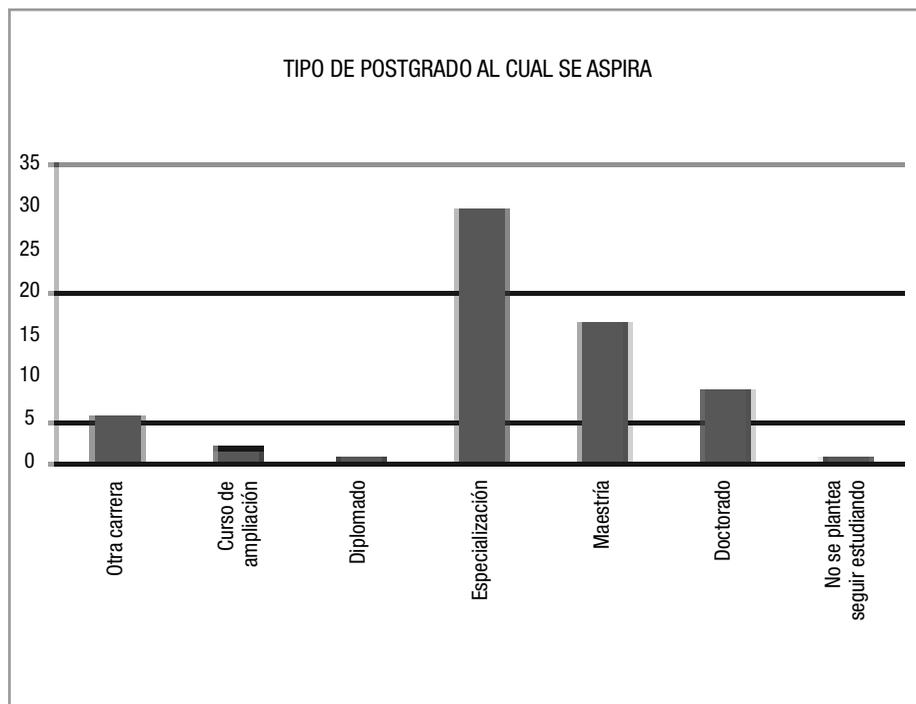
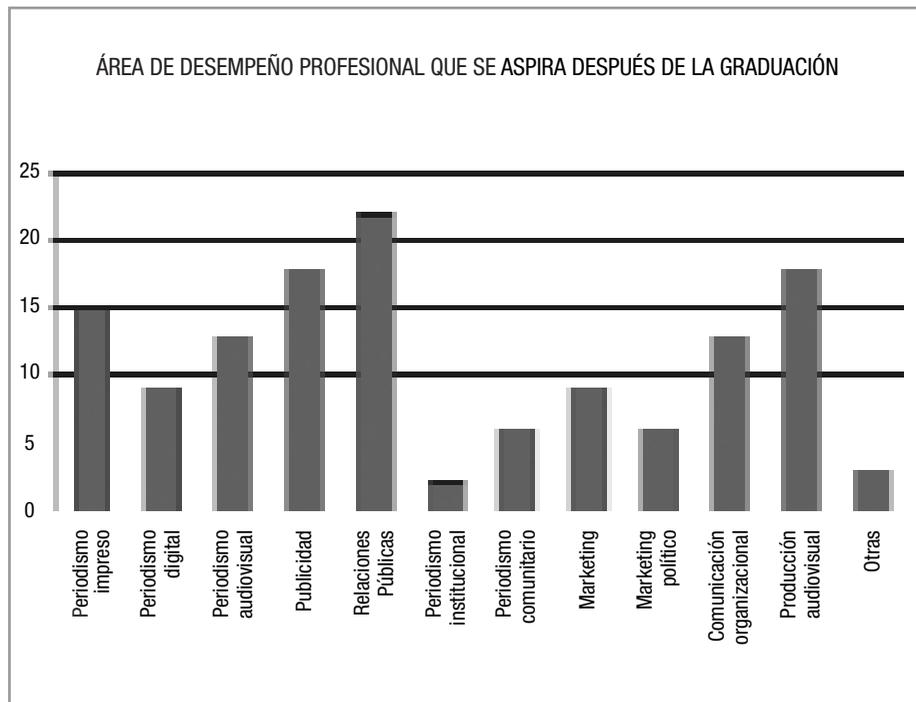
Referencias documentales y bibliográficas

La información sobre la Maestría en Comunicación del ININCO se extrajo de los siguientes documentos: a) ININCO/Escuela de Comunicación Social UCV (2002): *Proyecto de Maestría en Comunicación Social*, Área de Comunicación Social, Comisión de Estudios de Postgrado, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela. b) ININCO (2006): *Folleto informativo Maestría de Comunicación Social*, Área de Comunicación Social, Comisión de Estudios de Postgrado, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.

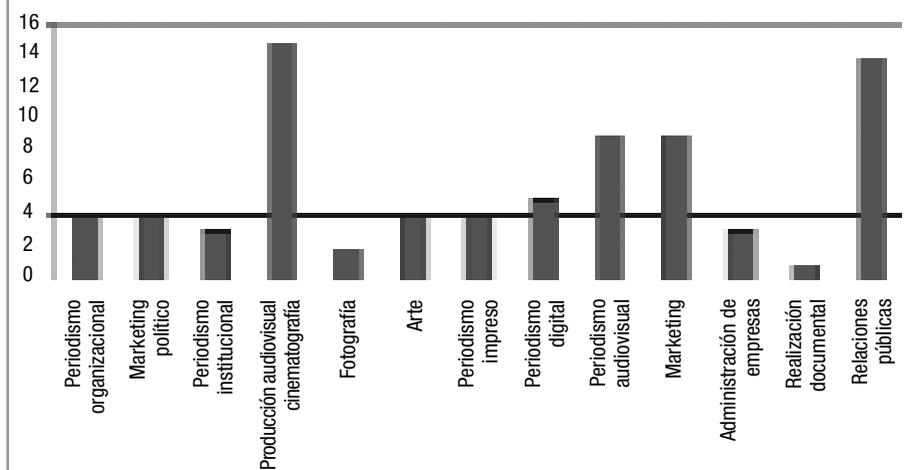
Ley Orgánica de Educación, República de Venezuela, *Gaceta Oficial* N° 2.635, Caracas 28 de julio de 1980.

AGUADED, José Ignacio (2001): *La Educación en medios de comunicación: panorama y perspectivas*, España, Editorial KR.

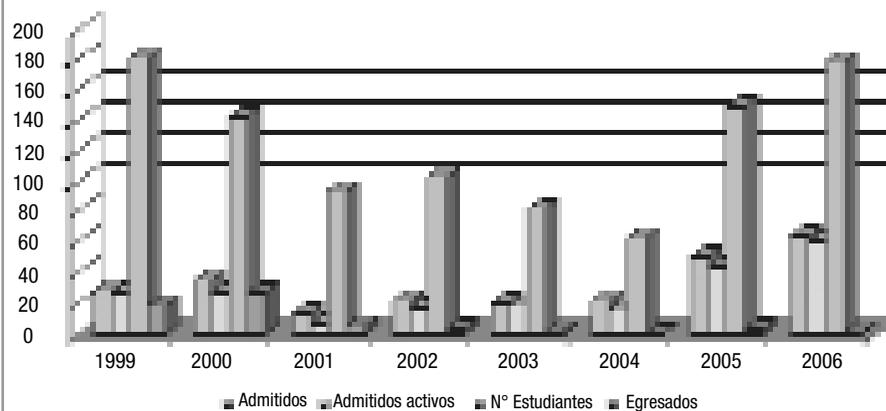
RESULTADOS DE LA ENCUESTA A ESTUDIANTES DE LA UCAB
(ÚLTIMOS SEMESTRES)



ÁREAS DESEADAS PARA EL DESARROLLO DE POSTGRADOS



COMPORTAMIENTO DEL VOLUMEN DE ESTUDIANTES EN LA ESPECIALIDAD Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL)



PROGRAMAS DE POSTGRADO DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN (UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA)

■ Gustavo Hernández Díaz

El profesor Oscar Lucien, quien fue director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO/UCV) durante el período 2000-2005, cristalizó el desarrollo de los programas de Postgrado del ININCO, a saber: la *Maestría en Comunicación Social* y la *Especialización para el uso creativo de la televisión*.

Maestría en Comunicación Social

a) Contexto de la experiencia

La Maestría en Comunicación Social sostiene que la comunicación representa una de las mediaciones fundamentales de la sociedad contemporánea. La comunicación masiva se expresa a través símbolos y representaciones sociales. La comunicación es un factor determinante de las prácticas socioculturales, de los patrones de consumo y de la percepción y construcción de la realidad política, económica y cultural.

La disciplina comunicacional ha influido en las ciencias humanas, sociales, políticas y económicas. La visión inter, multi y transdisciplinaria de esta disciplina enriquece la investigación y los procesos de enseñanza y aprendizaje de la comunicación. Desde el punto de vista teórico se abordan los siguientes temas: a) los planteamientos de la democratización de las comunicaciones; b) la comunicación alternativa; c) la educación mediática; d) la comunicación en la construcción de espacios públicos; e) la reflexión sobre las políticas de comunicación en Venezuela y en el continente.

En esta dirección, la Maestría en Comunicación se propone analizar los diferentes campos del conocimiento mediante las líneas de investigación que viene desarrollando el ININCO, a saber:

1. Alternativas comunicacionales y praxis social
2. Comunicación política y políticas de comunicación
3. Historia de las comunicaciones en Venezuela
4. Educación, Comunicación y Medios
5. Sociedad de la información, política y economía de la cultura

6. Tecnologías de la información y la comunicación, sociedad y cultura

Por otra parte, la Escuela de Comunicación Social de la UCV refuerza este programa mediante las líneas de investigación: 1) Opinión pública, propaganda política y estudios de audiencia (Prof. Iván Abreu Sojo); 2) Comunicación, consumo cultural e industrias culturales (Prof. Marcelino Bisbal); 3) Periodismo e información cultural (Prof. Moraima Guanipa); 4) Información periodística y protesta popular (Prof. Mariela Torrealba); 5) Filosofía de la cultura y de la comunicación (Prof. David De los Reyes). Las líneas de investigación que hemos mencionado se constituyen en un marco de referencia de primer orden a fin de fortalecer la investigación y la enseñanza de la investigación de la comunicación en el campo epistemológico, teórico, metodológico y técnico.

b) Objetivos de la Maestría

1. Formar investigadores y profesionales preparados teórica, metodológica y epistemológicamente para diseñar, coordinar y llevar a cabo proyectos de investigación en el complejo ámbito de las comunicaciones.
2. Formar personal calificado en materia de planificación, formulación, análisis y evaluación de diagnósticos (diagnosis) y políticas (prognosis) dirigidos al área económica, tecnocientífica, política, jurídica, sociocultural de la comunicación, la información y la gestión del conocimiento.
3. Formar investigadores y profesionales dotados de una sólida base ética, para garantizar la generación de nuevos conocimientos sobre la realidad venezolana, con miras a contribuir a la solución de los complejos problemas del país y que guardan relación con el ámbito de las comunicaciones en las esferas económica, tecnocientífica, política, jurídica, ideológica y sociocultural.

c) Plan de estudio

Se fundamenta en el desarrollo de un trabajo de investigación asociado a una de las líneas de investigación del ININCO y de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Esta con-

cepción garantiza la participación activa de los estudiantes en los proyectos de investigación así como en el desarrollo y culminación del trabajo de grado por parte a los candidatos a Magíster. A tenor de lo anterior, el plan de estudio está estructurado en tres áreas centrales de formación:

- *Área de epistemología y metodología* constituida por dos asignaturas que deben ser cursadas en los dos primeros semestres:

- *Área de teoría y ética* constituida por tres asignaturas que deben ser cursadas en los dos primeros semestres:

- *Área de investigación (seminarios/electivas)*: el estudiante realiza su proyecto y su trabajo especial de grado a partir de las líneas de investigación de la Maestría de Comunicación Social. En tal sentido: "(...) el seminario *Líneas de Investigación*, que debe realizarse durante el primer semestre, es obligatorio y está dirigido a: 1) Familiarizar a los estudiantes con las líneas y proyectos de investigación en curso en el área, visto que sus trabajos de grado deberán tener cabida en alguna de estas líneas y que su primera oferta de tutores se localiza precisamente en el personal de planta del área. 2) Facilitar al estudiante la temprana decisión de seleccionar la línea y el tema de su trabajo de grado, con miras a que su tutor pueda acompañarlo desde el primer momento en la concepción, diseño y redacción del trabajo de *Maestría*. El seminario está dividido en tres módulos: 1) Presentación de las diversas Líneas de Investigación por parte de los investigadores del Área de Comunicación Social, 2) Introducción a la formulación de un proyecto de trabajo de grado. 3) Elaboración, presentación y evaluación del anteproyecto de trabajo de grado".

II. Especialización para el uso creativo de la televisión

a) Contexto de la experiencia

En Venezuela, la educación en medios de comunicación aún no se ha incorporado en los planes y programas del sistema escolar básico y diversificado. Esta situación se comprueba

cuando examinamos la *Ley Orgánica de Educación*, la cual no contempla en ninguno de sus artículos la formación de docentes en este campo del conocimiento.

Esto pareciera revelarse como una situación contradictoria, ya que desde hace más de tres décadas la educación mediática en nuestro país ha tenido lugar en los ambientes no formales de educación (comunidades de base, escuelas de padres, centros religiosos, etc.). Sin embargo, hasta el presente no existen estudios específicos que den cuenta del impacto social de la educación mediática en los ambientes antes mencionados.

No sucede así en otras latitudes del mundo, donde la pedagogía de los medios ha ido tomando impulso y solidez. Así, por ejemplo, según José Ignacio Aguaded, la enseñanza de los medios está integrada e institucionalizada en los programas de estudio de algunos países como Canadá, Australia, Inglaterra, Francia, Dinamarca, Finlandia, Noruega, Suiza y España. Señala que: “*En estos países la Educación en Medios es parte del currículum obligatorio y no sólo como una opción. Para ello estos países cuentan con una fuente de recursos y materiales pedagógicos y profesores especialmente preparados*” (Aguaded 2001:128). En lo que concierne a la enseñanza de los medios en América Latina desde la década de los ochenta esta modalidad educativa ha ido gradualmente cobrando fuerza en el sistema escolar formal, como en el caso de Chile, Brasil y México.

Desde el punto de vista comunicacional, existe un conjunto de razones por las cuales se justifica la educación mediática en el sistema escolar formal. Estas razones son: a) altas dosis de consumo de mensajes masivos; b) incidencia de la información-comunicación en la vida cotidiana; c) necesidad de comprender los contenidos de los medios para incentivar los valores humanos y democráticos.

Desde el punto de vista jurídico, prevalece un conjunto de leyes que demandan la incorporación de la educación mediática en el sistema escolar formal en nuestro país, entre las cuales podemos citar: 1. El Artículo N° 58 de *La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela*; 2. El Artículo N° 69 de la *Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente*; 3. El Artículo N° 11 de la *Ley Orgánica de Educación*; 4. El Artículo N°27 de la *Convención Internacional de los Derechos del Niño*; 5. El Artículo N°12 de la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*.

b) Objetivos de la especialización

General: Diseñar y aplicar estrategias de enseñanza-aprendizaje que permitan la incor-

poración del medio televisivo, al sistema escolar formal, desde la perspectiva de la educocomunicación.

Específicos:

- Estudiar las propuestas teóricas y metodológicas en educación en medios de comunicación.
- Analizar la programación televisiva en relación con los ejes temáticos: valores, lenguaje y desarrollo del pensamiento.
- Analizar la situación de la televisión pública y privada en Venezuela y en el mundo.
- Reflexionar sobre los hitos televisivos con los acontecimientos históricos y su evolución tecnológica.

c) Plan de estudios

La *Especialización para el uso creativo de la televisión* comparte los fundamentos del paradigma construccionista de la educación y de la psicología social. Considera relevantes los aportes de la teoría crítica de la comunicación, de la semiótica y de los modelos de la educación mediática de Mario Kaplún, Guillermo Orozco, Len Masterman y Joan Ferrés, sólo por citar algunos. En esta dirección, entendemos la educación como un proceso autoestructurante, subjetivo y personal, donde se problematiza y resignifica el conocimiento proveniente de sus mediaciones sociales con miras a producir saberes culturales y generar un cambio pedagógico en nuestro entorno sociocultural. Es necesario proporcionar competencias en educación mediática a fin de incentivar la autonomía crítica y creativa y formar ciudadanos más selectivos y advertidos ante los medios masivos, las mediaciones y las tecnologías de punta.

Partiendo de este sucinto marco conceptual, el plan de estudios está estructurado sobre la base de las siguientes asignaturas:

Propuestas teórico/metodológicas en Educación para el uso creativo de la televisión (I y II)

Objetivo: Propiciar la reflexión en torno a las diversas propuestas de enseñanza de educación para el uso creativo de la televisión en el contexto mundial.

Conceptos claves: teorías de la educación en televisión, comunicación, pedagogía, autonomía crítica, problematización, construccionismo. Los contenidos girarán en torno a las siguientes temáticas: modelos de la educación mediática; influencia de la televisión; análisis de la programación televisiva; análisis de la TV

en nuestras vidas; televisión, realidad y audiencias; el discurso televisivo.

Lenguaje de la televisión I y II

Objetivo: Ofrecer un conocimiento teórico-metodológico sobre el lenguaje televisivo. Con esta asignatura se pretende que el participante sepa reconocer los códigos audiovisuales de la publicidad, los noticieros y de los argumentales (seriales, filmes, telenovelas), con miras a que aplique dichos conocimientos en las aulas.

Conceptos claves: semiología de la televisión, géneros televisivos, programación televisiva, consumo televisivo.

Seminarios Trabajo Especial de Grado (1 y 2)

Objetivo: Adiestrar a los participantes en la elaboración de propuestas educativas en educación mediática, aplicables a la educación formal básica y diversificada, que puedan desarrollarse como trabajos especiales de grado.

d) Modalidades de enseñanza y aprendizaje

El curso de Especialización en *Educación para uso creativo de la televisión* está concebido como un modelo pedagógico que incentiva diálogo, la participación abierta y constructiva del conocimiento. Por lo tanto, rechaza de plano los modelos educativos unidireccionales y discrecionales y en consecuencia, subraya la necesidad de fomentar una enseñanza basada en el intercambio del consaber y la problematización del conocimiento. De allí que uno de los fundamentos pedagógicos de esta especialización se centre en la premisa: *Comunicar es conocer en educación para el uso creativo de la televisión*. En este sentido, se pretende obtener el máximo beneficio en este curso de especialización, en tanto seamos conscientes de que debemos estimular el diálogo, la participación, la construcción de conocimientos y la creación de nuevas maneras de encarar la educación en medios de comunicación.

Hay una serie de trabajos que hemos escrito sobre la educación mediática y que han fundamentado desde el punto de vista teórico-metodológico el diseño de la Especialización para el uso creativo de la televisión. Citemos algunos trabajos: HERNÁNDEZ, Gustavo (2004): “Alcances y limitaciones de la educación para los medios” en *Revista Comunicación* 128, Caracas, Centro Gumilla; HERNÁNDEZ, Gustavo (2003): “Teoría de la Educación para los medios de Mario Kaplún”, en *Anuario ININCO Vol.2*, Caracas, UCV; HERNÁNDEZ, Gustavo (2002): “Aprender a pensar en

Educación para los medios” en *Anuario ININCO Vol.2*, Caracas, UCV.

e) Metas de la especialización

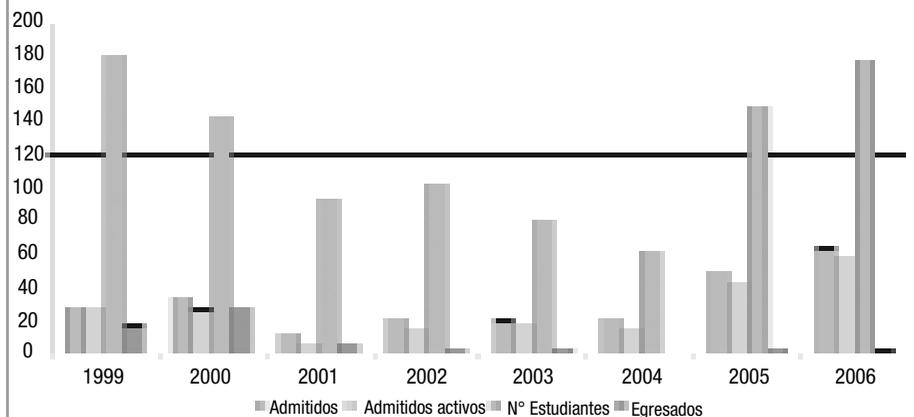
1.- Incorporar la educación mediática en el sistema escolar formal como asignatura obligatoria o como eje transversal dentro del currículo escolar. El apoyo del Magisterio es un factor clave para la implementación exitosa de programas, intercambios nacionales e internacionales, facilitación de bibliografía especializada sobre el tema, y elaboración de recursos de aprendizaje y de materiales didácticos.

2.- Establecer alianzas estratégicas entre el ININCO y el Magisterio venezolano con la finalidad de formar docentes en este campo del conocimiento. Al respecto, dicho Instituto viene desarrollando desde el año 2003 la Especialización en Educación en televisión, a nivel de postgrado, dirigida a docentes de la educación primaria y secundaria. La experiencia que hemos tenido en este curso podría ser de suma utilidad en el momento de intercambiar marcos teóricos que guíen de manera coherente el diseño, la planificación y la ejecución de programas en enseñanza de la televisión y de los medios masivos, en general.

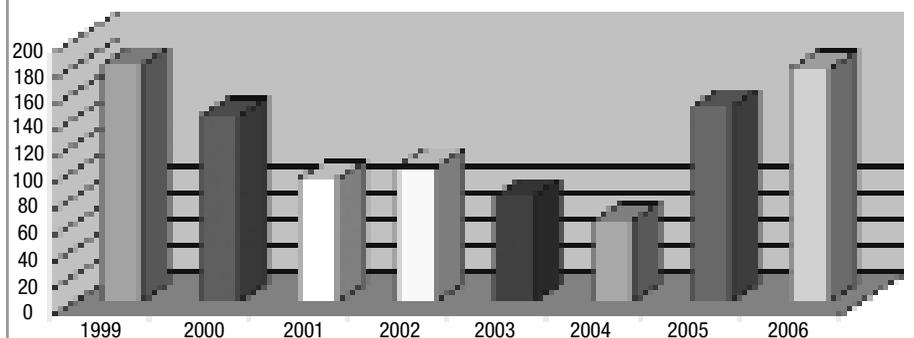
3.- La educación mediática no se circunscribe sólo al ámbito escolar; tiene que atender, además, las demandas de la sociedad en general. En este sentido, hay que diseñar propuestas educativas en este campo del conocimiento dirigidas a padres de familia y/o representantes, investigadores profesionales de los medios y a todos aquellos que estén involucrados en la producción de programas televisivos.

■ **Dr. Gustavo Hernández Díaz.**
Profesor asociado de la Universidad Central de Venezuela. Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) y miembro del equipo editorial de la revista *Comunicación*.

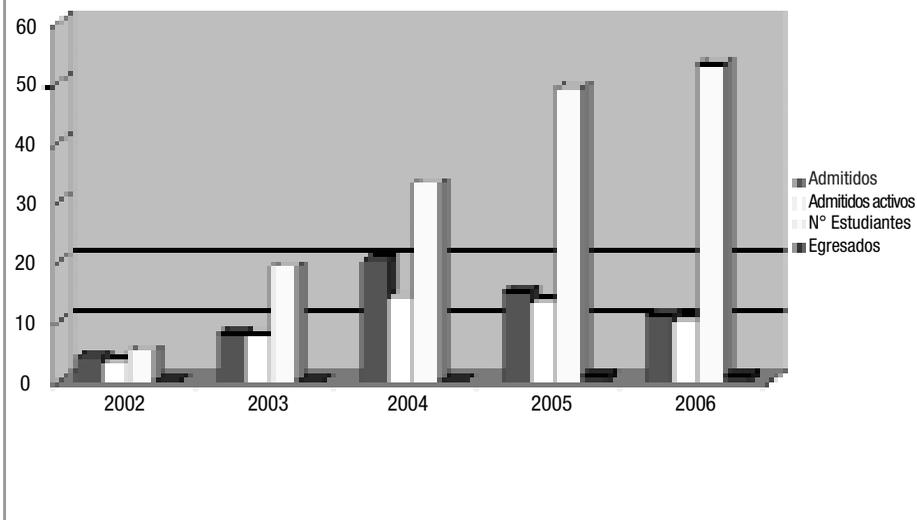
COMPORTAMIENTO DEL VOLUMEN DE ESTUDIANTES EN LA ESPECIALIDAD Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL)



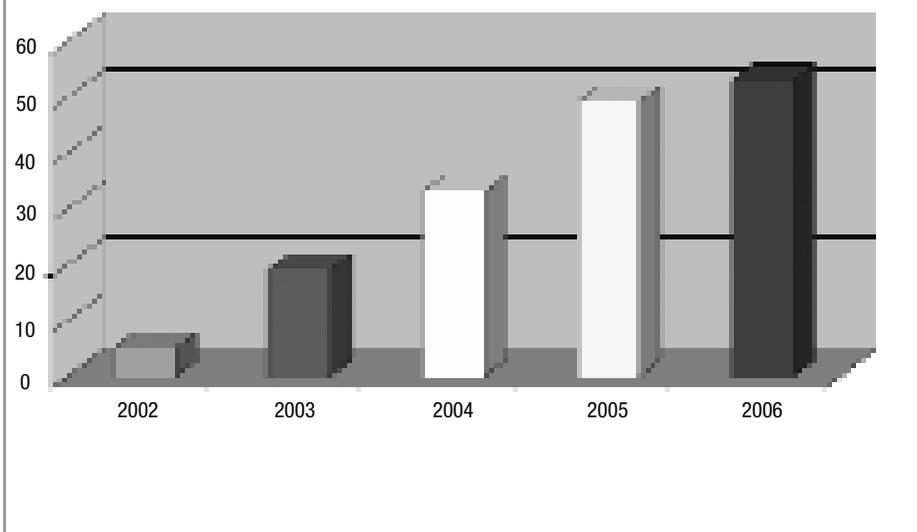
VARIACIÓN DEL VOLUMEN DE ESTUDIANTES EN LA ESPECIALIDAD Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL)



COMPORTAMIENTO DEL VOLUMEN DE ESTUDIANTES EN LA ESPECIALIDAD DE PUBLICIDAD



VARIACIÓN DEL VOLUMEN DE ESTUDIANTES EN LA ESPECIALIDAD DE PUBLICIDAD



LIBROS

CONTRA LA INDIFERENCIA

El reino de la intolerancia

EL PROBLEMA DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN VENEZUELA
 RAFAEL J. CHAVERO GAZDIK
 EDITORIAL AEQUITAS
 CARACAS, 2006

El debate nacional sobre la libertad de expresión arrincona, en muchas ocasiones, a los argumentos, a fuerza de voces esforzadas y levantadas. Es un modo paradójico de ahogar a la libertad en los gritos encendidos por los pre-conceptos, el sesgo de las propias convicciones o los anhelos pretendidamente realizados. En medio de este debate la publicación de Rafael Chavero Gazdik, argumenta posiciones desde una perspectiva de derechos humanos, que se agradece, que procura sentar algunos hitos en el debate nacional sobre el tema.

Aderezado por las experticias académicas del autor, de hecho esta publicación se realizó inicialmente como trabajo de ascenso en la Universidad Central de Venezuela, y la defensa en varios casos nacionales el trabajo recorre algunos de los principales temas de la libertad de expresión en un contrapunteo entre la doctrina internacional y el devenir nacional.

El autor parte de una premisa asociada a la historia venezolana, la poca tolerancia de los gobiernos a los temas relacionados con el respeto a la libertad de expresión y la alarmante poca importancia que da el ciudadano venezolano a cualquier tipo de intervención estatal que implique la limitación de la libre expresión del pensamiento. Ello contribuye a la posibilidad de constituirnos en una sociedad temerosa en donde el silencio pareciera ser la regla, donde los medios de comunicación comienzan a autocensurarse porque se ven atemorizados y prefieren evitar la denuncia de actos de corrupción o la presentación de temas polémicos. Una sociedad tolerante con las arbitrariedades y un estado intolerante con las críticas vigorosas que son posibles en un entorno de libertades públicas garantizadas.

La imposición de legislaciones que castigan fuertemente la libre expresión del pensamiento se puede traducir en una aceptación social del atropello por parte de las autori-

dades. Frente a ello es urgente que los venezolanos asuman que la libertad de expresión es indispensable para el ejercicio de la democracia y para el libre desenvolvimiento de la personalidad, para después impulsarle a luchar por su defensa. El Reino de la intolerancia, es un esfuerzo por divulgar las implicaciones para la sociedad de las restricciones ilegítimas a los espacios de libertad, vinculados con la expresión.

Un esfuerzo por restar cancha a la indiferencia y la resignación.

El texto empieza con un capítulo dedicado la importancia a la libertad de expresión y para ello revisa las principales teorías que sirven de justificación a la libertad de expresión como derecho constitucional y como derecho humano. En este mismo capítulo da cuenta de los sistemas internacionales de protección de los derechos humanos. Dedicados los capítulos sucesivos al despliegue de los contenidos relativos a la censura previa; las responsabilidades ulteriores ante los excesos de la libertad de expresión; apunta elementos para resolver los conflictos relacionados con este derecho; desarrolla los tipos de violaciones indirectas a la libertad de expresión; un corolario que incluye otros aspectos relacionados con la libertad de expresión y por último incluye el texto completo de la ley de responsabilidad social en radio y televisión.

Carlos Correa



EL REINO DE LOS INFILTRADOS

La quinta columna digital

ANTITRATADO COMUNAL DE HIPERPOLÍTICA
 COLECTIVO CIBERGOLEM
 EDITORIAL GEDISA
 BARCELONA, 2005

Uno de los aspectos cruciales del surgimiento de la “Sociedad de la Información” es el modo como éste puede llegar a constituir un orden y el rol que tocará jugar a todos en ella, como sujetos, más allá del aprovechamiento de las prestaciones de una tecnología que está generando un fuerte impacto en el orden cultural tal y como lo conocemos. Hasta ahora, la mayoría de las visiones que se tienen de este aspecto van del entusiasmo a la crítica, enfocándose principalmente en los aspectos del desarrollo sobre los cuales la tecnología incide: dividiendo digital, brecha tecnológica, economía digital, globalización –glocalización-, son sólo algunos de los términos que corren asociados a esta utopía. Pero ¿hasta qué punto puede ser esta Sociedad de la Información, una apuesta por una sociedad más democrática, con mejores opciones de gobernabilidad, de redistribución del poder y de control participativo de la ciudadanía? ¿Puede la sociedad digital gestar una República Global como respuesta a los dilemas de la civilización presente? ¿Y cómo hacerlo?

Este libro aborda estos problemas, desde una perspectiva claramente militante, en una opción: la hiperpolítica, que el autor –un autor colectivo, Cibergolem- ofrece en este texto –que es una versión de un hipertexto colectivo disperso en blogs, listas de correo y documentos muy diversos dentro y fuera de la red- a partir de la definición de Sloterdijk como “la primera política para los últimos hombres. En la medida en que se organiza la capacidad de convivir de los últimos tiene que hacer una apuesta sobre muchas pretensiones, para la que no hay precedentes; se enfrenta a la tarea de hacer, a partir de la masa de los últimos, una sociedad de individuos que, en adelante, tomen sobre sí ser mediadores entre sus ancestros y sus descendientes. La sociedad hiperpolítica es una sociedad de apuestas que en el futuro jugará también a mejorar el mundo; lo que tiene que aprender es un procedimiento para obtener sus ganancias de modo que, después de ella, también puedan darse ganadores” (25-26)

Los procedimientos que Cibergolem apunta, para construir la República Global, se inscriben en dos vertientes: una ética, la del Hacker (no confundir con los maliciosos crackers, fabricantes y

diseminadores de virus) y una estrategia: el quintacolumnismo, la infiltración en todos los órdenes de la vida contemporánea con la idea de apostar a otro mundo y otro orden desde cierta guerrilla digital, que bien pudiera ser masiva conforme a sus fines, pero que no tiene que revestir, en principio, nada de que alarmarse, pues es pacifista por definición, y antiterrorista por principio: "La esencia de la hiperpolítica, de la hiperpolítica alternativa es la democracia, pero una visión radical, alternativa, evolucionada... En la formulación del *homo ciberneticus* como *homo democraticus*, cuyos valores cívicos y capacidad dialógica le exigen evolucionar constantemente, se haya su clave hiperpolítica. Su verdadera fuerza reside en su capacidad para alumbrar el definitivo nacimiento del ser humano político, capaz de evolucionar y adaptarse a cualquier medio o circunstancia por adversa que sea, ya sea lejos del ciber mundo o bajo una tiranía; y allí donde arraiga, de crear un espacio progresivo de verdadera paz y vida plena" (96-97).

Como antitratado, el libro muestra los alcances de una conspiración silenciosa y global, de sujetos que se apropiaron la tecnología y crean con ella espacios para la disidencia, para la educación, la organización libertaria (a nadie le niegan su credo anarquista, pero ¿es que acaso Internet no nace de esta ideología, como el cooperativismo?), la lucha contra los nuevos totalitarismos y la formulación de una estrategia para producir la República Global, en abierta oposición a la República Imperial. Vale decir que este proyecto del Colectivo Cibergolem obtuvo el VI Premio de Ensayo Eusebi Colomer de la Fundación Epsom y que se trata de un libro que busca adeptos, un panfleto inteligente que invita al lector a tomar una decisión ética consciente, y a apostar (se) en la ruta de un gran esfuerzo colectivo, como lo puede ser un proyecto civilizatorio.

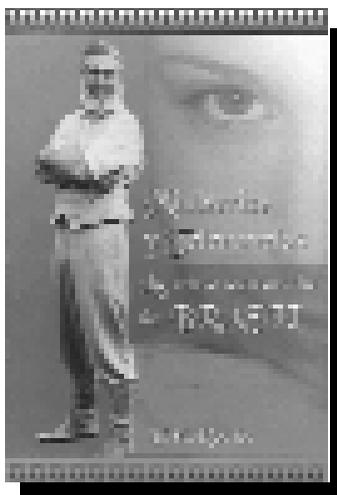
Carlos Delgado-Flores



MELODRAMA ILUSTRADO

Miniseries y telenovelas, la otra acuarela de Brasil

ALÍ E. RONDÓN
ED. CORPOGRÁFICA, S.A.
(EDICIÓN DEL AUTOR),
2006; 146 PÁGINAS.



En los años '80, cuando se produjeron telenovelas de cierto contenido político como *La esclava Isaura*, *Roque Santeiro*, *Rueda de fuego*, *Vale todo* y *El Salvador de la patria*, Brasil recién salía de férreas dictaduras. Hasta 1984 sus novelas sólo incluían modelos de comportamiento en boga y situaciones sociales polémicas, pero la cuestión política per se no se tocaba de forma explícita (se apelaba al recurso metafórico). Una vez zambullido el país en los avatares democráticos las producciones dramáticas estelares (novela de las 8:55 p.m.) se convirtieron en piezas fundamentales en cuanto a direccionamiento de las masas e intención del voto del electorado. Mucho se criticó a *Salvador de la patria* (1989) por haber lesionado la candidatura del izquierdista Lula; posteriormente se sabía que *El dueño del mundo* (1992), *Renacer* (1993), *Fiera herida* (1994), *Vidas cruzadas* (1995) y *El Rey del ganado* (1996) fueron manipuladas.

Sin embargo, el pugilato entre ficción y realidad se volvió más intenso con la llegada del tercer milenio. Temas como la violencia doméstica, el cáncer de mama, el prejuicio contra los ancianos, la relación amorosa entre una mujer rica y un taxista, el alcoholismo, la drogadicción, el romance entre mujeres mayores con jóvenes casi adolescentes, la violencia urbana o el fanatismo religioso

dejaron su impronta en *El clon*, *Lazos de familia*, *Sassá* y *Mujeres apasionadas*. Obviamente hablamos de folletines en los que sus autores no dudaron a la hora de traducir inquietudes sociales.

Todo ello ha dado pie para que un estudioso de la dramaturgia televisiva brasileña como el profesor Áli E. Rondón (*Detrás del mito, Mundo mítico de Ernest Hemingway, S'hakespeare enamorado: Cine Foro, Del edenismo a la utopía: Literatura Norteamericana entre Edgar Allan Poe y Stephen King, TV pan nuestro de cada día*) nos entregue hoy *Miniseries y telenovelas, la otra acuarela de Brasil* (2006).

Más allá de asombrarnos con datos insospechados, de formular exégesis ingeniosas el catedrático de la Universidad Católica Andrés Bello busca acercarnos con la pasión de quien descubriera hace varios años la inmensa e inagotable veta de juegos, obsesiones, misterios, extravagancias, virtudes y defectos del melodrama brasileño. Las páginas de su más acuciosa investigación sobre telenovelas publicada hasta la fecha son la historia de un deslumbramiento que no termina, que permanece y crece constantemente -por algo son éstas las primeras 146 cuartillas de una aventura que ocupará tres volúmenes. Lo que siente el lector después de concluir su lectura a esta entrega inicial de la trilogía es como si le extendieran la mano y le saludaran, porque ahora conoce un poco más de cerca las tragedias de Yerel Trinidad (*Pantanal*), del enigmático Vidal (*En cuerpo y alma*), de la sensual Jade (*El clon*), de una talentosa compositora (*Chiquinha Gonzaga*) y del peligro en la vida del policía honesto (*Agosto*). Con resonancias de Bukowski, el autor recrea para nosotros pasajes de la miniserie *Presencia de Anita* en los que brilla el minimalismo narrativo de Manuel Carlos con atmósferas urbanas que presagian a telenovelas como *Mujeres*

apasionadas, por ejemplo. La calificación de virtuosos que poco a poco consentiremos, en endilgar a los, creadores de las historias analizadas pronto se reparte equitativamente entre las plumas de María Adelaide Arnaiz (*La muralla*), Aguinaldo Silva (*Fiera herida*), Gilberto Braga (*hale todo*), Gloria Pérez (*El clon*) y Benedito Ruy Barboza (*Terra Nostra*), entre otros.

Por ahora, sólo nos queda esperar que en el próximo libro -tentativamente titulado *Brasil, la telenovela como cultura*- ese universo poblado de seres extraordinarios se ensanche gracias a las hazañas de seres atormentados, confundidos e imperfectos como los que dieron rostro y voz a las vidas del *Primo Basilio*, *Sasá Mutema*, *Tieta*, *Doña Beija*, *María Moura*, *V'ampi*, *Xica Da Silva* y alguna que otra *Celebridade*.

Héctor León

RESEÑA REVISTAS



Estudios de periodismo

UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES DEPARTAMENTO
DE COMUNICACIÓN SOCIAL
AÑO 9, NÚMERO 9, NOVIEMBRE
2005

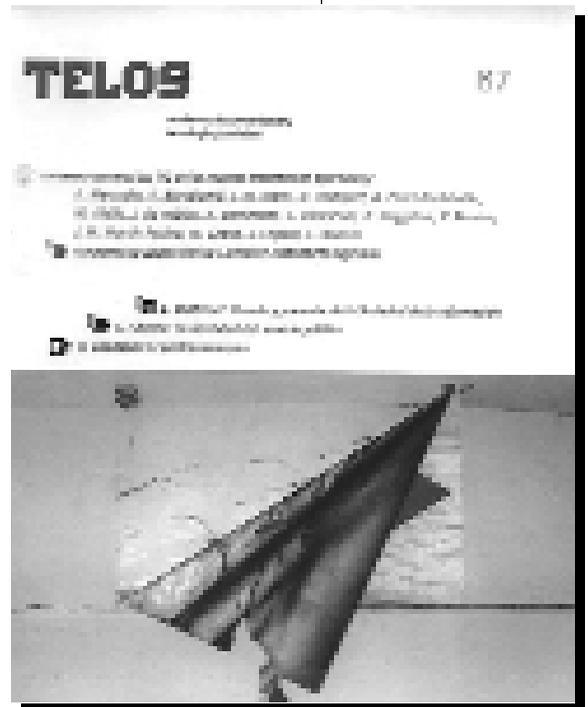
Esta edición es un número monográfico dedicado a la alfabetización digital en el periodismo y reúne los siguientes artículos: *Periodistas de un nuevo siglo*, por Delia Covi Druetta; *Herramientas para llegar a la construcción social del conocimiento*, por Juan Calos Gacitúa Araneda; *Los géneros periodísticos en la red*, por Antonio López Hidalgo; *Elementos básicos en la arquitectura de información para la gestión de contenidos docentes*, por Pablo Lara Navarra; y *Negocier les contextes, integration des TIC en organisation* (Negociar los contextos, integración de las TIC en la organización), por Consuelo Vásquez.

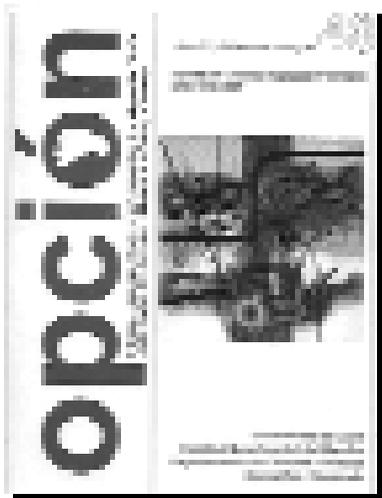
Telos

CUADERNOS DE COMUNICACIÓN,
TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD
NÚMERO 67 ABRIL- JUNIO 2006
EDITOR: FUNDACIÓN TELEFÓNICA,
ESPAÑA

Este número dedica su cuaderno central al papel de las Tecnologías de Información y Comunicación en los nuevos entornos de aprendizaje, con los trabajos de Antoni Mercader y Antonio Bartolomé: *La distancia no es el olvido, apuntes al hilo de la mediación educativa, hoy*; Joseph Martí, Rosa Franquet y Antoni Pérez-Portabella: *Ante el escenario de la universalización tecnológica, los estudios universitarios de comunicación*; Antonio Bartolomé y Martín Aiello: *Nuevas tecnologías y necesidades formativas, blended learning y nuevos perfiles en comunicación audiovisual*; Juan Pablo Pons: *El marco del impacto de las TIC, herramientas conceptuales para interpretar la mediación tecnológica educativa*; Ximena Barrientos y Guillermo Villaseñor: *De la enseñanza a distancia la e-learning, consonancias y disonancias*; Rune Baggetun: *Prácticas emergentes en la Web y nuevas oportunidades educativas, versión 0.1-4*; Pedro Pernías: *Proyectos universitarios de e-learning. El e-learning desde Universia*; José Martín: *La experiencia educativa de Educa-Red, el reto de la nueva pedagogía*; y Mariana Grané, Juan Frigola y Cilia Willem: *Anexo, recursos y direcciones de utilidad para proyectos relacionados con e-learning y blended learning*.

Para este número de la prestigiosa revista, es autor invitado Armand Mattelart, cuyo artículo, *Pasado y presente de la Sociedad de la Información, entre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación y la "Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información"*, pasa revista a esta materia desde perspectivas histórica, política y económica. Destacan además, en la sección perspectivas, el trabajo de David González Quijada: *Bases de datos multimedia en la Red Global, un recurso para la localización e indexación de los contenidos*; y el de Raúl Eguizábal: *El postconsumo, la condición consumidora en la Sociedad de la Información*.





OPCIÓN

REVISTA DE ANTROPOLOGÍA,
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Y DE LA INFORMACIÓN, FILOSOFÍA,
LINGÜÍSTICA Y SEMIÓTICA,
PROBLEMAS DEL DESARROLLO,
LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA
AÑO 21, NÚMERO 48.
DICIEMBRE 2005
FACULTAD EXPERIMENTAL DE
CIENCIAS DEPARTAMENTO DE
CIENCIAS HUMANAS
UNIVERSIDAD DEL ZULIA

Esta edición de la revista reúne los artículos: *identidad-alteridad wayuu. Imágenes de lo diverso en la prensa del siglo XIX*, por Carmen Paz Reverol, Morelia leal y Johnny Alarcón; *Retórica gramatical del cine de Roman Chabaud*, por Irida García de Molero y María Inés Mendoza Bernal; *Comunicar en Internet, el papel interactivo de los sujetos en los nuevos medios*, por Jaime Alonso; *Los modos de ocultación*, por Francisco Umpierrez; *Perfil tecnológico de la industria zuliana de termoplásticos, su caracterización bajo el enfoque de la dinámica espacial*, y la conferencia *Entre el cuerpo y la corporeidad*, de Victor Fuenmayor, la cual fue presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Semiótica, celebrado en Maracaibo, del 15 al 28 de octubre de 2005.

Comunicación y Sociedad

NÚMERO 5

ENERO – JUNIO DE 2006

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE
COMUNICACIÓN SOCIAL UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA, MÉXICO.

Siete artículos ofrece la quinta edición de este esfuerzo editorial de la Universidad de Guadalajara, dedicados a explorar el ejercicio del periodismo y la función editorial de la prensa, en perspectiva histórica y actual. Celia del Palacio Montiel ofrece un panorama actual de las formas de hacer historia de la prensa en México; Érica Areli Villegas examina la redefinición editorial de los

medios de comunicación mexicanos, con el caso de la cobertura de la Marcha Zapatista. Por su parte, Gerardo Gutiérrez estudia la metaforización como vehículo de representación discriminante, tomando ejemplos de la prensa de Guadalajara de principios del siglo XX; Natalie Ludec relata la historia de La Boletina de Morelia, órgano informativo de la Red Nacional de Mujeres, en el período 1982 – 1985. Jacques Guyot ofrece un artículo donde examina las relaciones entre diversidad lingüística, comunicación y espacio público, y otro tanto hace Juan Carlos Lozano, pero esta vez referido a analizar la presencia de la diversidad cultural en la programación televisiva en México. Y finalmente, David González Hernández revisa las relaciones entre televisión y audiencia juvenil en la frontera norte de México (la frontera de cristal que relata Carlos Fuentes). Cierra este número dos reseñas bibliográficas, la realizada por Raúl Fuente Navarro a *Los libros en la era digital*, de Thompson, y la que escribe Narda Quezada a *Medios de comunicación y democracia* de Enrique Sánchez Ruiz.



Premios nacionales de periodismo, de comunicación alternativa y comunitaria

El mismo 27 de Junio, uno a la mañana y otro en la tarde. En la mañana las palabras de honor le correspondieron a Earle Herrera y en la tarde a Eleazar Díaz Rangel. Earle recordó el papel de los medios alternativos y comunitarios en los hechos de abril de 2002 y el papel de la palabra en la mediación comunicativa. En la tarde se recordó a Jorge Aguirre, fotógrafo de Últimas Noticias y a quien también se premió, mientras se reclamaba al gremio y se pedía una ley de acceso. Después en una columna, Manuel Isidro Molina, ex presidente del Colegio Nacional de Periodistas, cuestionaba el uso del nombre del reportero

En los dos actos se repartieron premios, se cuestionó el papel de los medios y periodistas. En la mañana había muchas frases laudatorias al papel de los esfuerzos comunitarios y otro tanto ocurrió en la tarde. El vicepresidente, alabó el trabajo de los medios alternativos, aunque manifestaba su inconformidad con el término, y cerraba frases con giros en los que afirmaba que era el verdadero periodismo. En el ambiente y en los medios se respiraba división e inconformidad, se sentía la insatisfacción por un gremio dividido hasta en las fiestas.

Los debates se colaban entre las inconsistencias asociadas a la colegiación obligatoria que ratificaba una sentencia del Tribunal Supremo de Justicia y las palmadas del ejecutivo arrimaba a las voces que siente como aliadas. La independencia de la tarea periodística se reducía a los comentarios oficiales contra los medios privados mientras las vigas oficiales se ignoraban.

Los premios “alternativos”

Los galardones fueron muchos, aunque hubo más menciones en la categoría nacional. La lista es larga, se acumulan los aplausos de esa jornada y los sinsabores de unas discusiones que se anuncian pero que no encuentran cauce en los propios medios públicos. Por aquello del ejemplo que entra por casa. Pareciera que la fecha es ahora parte de la diatriba, los argumentos huelgan y algunos, pocos, extrañan su ausencia.

El inventario de los medios y trabajos galardonados en el primer premio de periodismo comunitario y alternativo:

- Mejor trabajo o conjunto de ellos publicados en un medio impreso alternativo o comunitario: Al Periódico *Proceso*.

- Mejor trabajo o conjunto de ellos transmitidos por un medio radial alternativo o comunitario: A la radio comunitaria *Parroquiana 90.1 FM*.

- En la Categoría Mejor trabajo o conjunto de ellos transmitidos por un medio televisivo alternativo o comunitario: Al documental *Puente Llaguno: Claves de una Masacre*, de Ángel Palacios.



Earle Herrera



Eleazar Díaz Rangel

- A los Medios Alternativos y Comunitarios: Radio comunitaria *Alí Primera 99.5 FM*, *Catía TV*, al periódico *Despertar Universitario* y a la página web: <http://www.aporrea.org>

- Menciones especiales al soldado Juan Bautista Rodríguez, Edwards Castillo, Eva Golinger, al periódico *Fuerza Punto 4*, y a los realizadores de los documentales *Crónica de un golpe de Estado 1, 2 y 3*, *Rescate del hilo constitucional* y *Conspiración Mortal* por sus valiosos aportes en la difusión e información vinculada al golpe de Estado de abril 2002; así como en la lucha del pueblo venezolano contra el cerco mediático impuesto por los grandes medios.

Igualmente el jurado del Premio Nacional de Comunicación Alternativa y Comunitaria 2006, hizo un reconocimiento a la Radio Fe y Alegría, a la documentalista Liliane Blaser y a la revista *Ko'eyú Latinoamericano*.

Los premios “de siempre”

Mientras que el jurado del Premio Nacional de Periodismo, conformado por Venegas y los profesores Marisabel Newman, Nelson Castro, Jesús Sotillo y Zaida Rauseo, debió evaluar 206 trabajos presentados de todas las regiones del país. La lista de premiados es larga, los considerandos también y en ella, como siempre, faltan y sobran.

Prensa Escrita, género Informativo, los premiados fueron: el equipo periodístico del diario *Panorama*, y Alexis Blanco, los primeros por su trabajo titulado “Avión de la línea aérea colombiana, siniestrado en Machiques, estado Zulia” y el segundo por “Rapsodia del amigo invisible”. En cuanto a **Prensa Escrita Opinión**, se premió a Vidal Chávez López, por la compilación de artículos publicados en el diario *Panorama*, donde cubre variados temas políticos de actualidad.

Mientras que, en **Prensa Escrita Ilustración**, se reconoció el trabajo del fallecido fotógrafo Jorge Aguirre, quien logró fotografiar a la persona que le disparó, permitiendo su posterior captura, además de reconocer las gráficas realizadas por este reportero gráfico en más de 40 años de trabajo.

En **Radio**, específicamente en **Informativo**, Yolanda Delgado fue premiada, por su compilación de trabajos con el nombre “De México a la Patagonia”, al mismo tiempo que, en Radio género **Opinión**, Grecia Rodríguez Pinto ganó con el programa infantil “Soy Niño”, en su edición en “Homenaje a la Tierra”.

Por **Televisión** especialidad **Informativo**, el premio lo obtuvo Monseñor Gustavo Ocando Yamarte, por el reportaje “Una experiencia única”, difundido a través del programa *Ángulos*, transmitido por Niños Cantores TV, del estado Zulia, y Venezolana de Televisión. Por su lado, a Ernesto Villegas el programa “En Confianza”, lo hizo ganador en Televisión, categoría **Opinión**.

Menciones y menciones

La **Mención Honorífica** fue para Eleazar Díaz Rangel. También hubo algunas menciones,

entre los autores ganadores de la mención se encuentran: En **Investigación Periodística** a Alexis Rosas, por el compendio de investigaciones sobre hechos que han conmovido al país en las últimas décadas; a Orlando Utrera por su obra "El Periodismo Institucional Bajo la Mira", y al equipo periodístico responsable de la publicación del libro-revista "El Libertador, Vida y Obra", un trabajo en conmemoración de los 175 años de la muerte del Gran Americano y los 200 años de su histórico Juramento en el Monte Sacro.

En Prensa Escrita Informativo la mención correspondió a David González por la serie de trabajos publicados en el diario *El Nacional*, de impacto socioeconómico, ambiental y de salud pública, referida a distintas regiones del centro y del llano venezolano.

De igual forma, Brigitte Hernández y Liliana Torres recibieron menciones, una por la serie de trabajos ambientales publicados en el diario *El Sol de Margarita* y la otra por "Sacando la Cara por el País".

En Prensa Escrita género Opinión, obtuvieron mención Félix Cordero Peraza por su columna publicada en el diario *El Informador* y *El Universal*, y Miguel Azpúrua, por la serie de trabajos publicados en el diario *Yaracuy Al Día*, donde aborda temas de carácter histórico, científico, cultural y de política actual.

Ennio Perdomo, recibió la mención Prensa Escrita Ilustración por su destacada actuación a lo largo de cuatro décadas en el campo del reportero gráfico, en diversas fuentes y medios periodísticos del país, y por Radio Informativa, la ganadora fue María Guadalupe González, con el reportaje "Arrancados de la Vida".

En la misma categoría están con mención Lisbeth Padilla, por sus reportajes titulados "Colapso del Viaducto" y Arnold Pérez Colón por "El Reporte Diario del Cuerpo de Bomberos de Maracaibo".

Omar Borrero Mora, obtuvo mención en la categoría Televisión Informativo, por la serie de trabajos denominados "Conectados con la Comunidad", Luis Alonzo Paz por el documental "Un Sueño que Apenas Comienza" y Diana Escalona Hernández por el programa especial "Peligro Latente: Lago Los Tacarigua".

De igual manera, fueron distinguidos con mención en Televisión Opinión, Giovanni Gotopo Acosta, por el reportaje especial "Buscando el Norte en el Sur"; María Carolina Piña, en Investigación Radio, por la investigación "Tras las Huellas de Mozart", y por último en Periodismo Institucional, las publicaciones "Todos Adentro", también en sus versiones de radio y televisión, la revista "Infobits" y "Com.Minfra".

El cine premia al cine llega a su 12ª edición

El 17 de junio, fue entregada la XII edición de los premios de la Asociación Nacional de Autores Cinematográficos, que bajo el lema *El cine premia al cine* reconoce el talento y el esfuerzo de quienes intentan consolidar la producción venezolana en este género, sea de manera autoral o industrial.

En el premio ANAC, son los cineastas los encargados de otorgar el reconocimiento a sus compañeros de profesión. Las categorías premiadas para los 13 largometrajes y los 10 cortometrajes que participaron este año fueron: Dirección, Guión, Fotografía, Música Original, Montaje, Dirección de Arte, Sonido, Producción, Actuación Principal y de Reparto -tanto femenina como masculina-. Además, se entregaron premios especiales para el Mejor Largometraje, Mejor Cortometraje, Mejor Ópera Prima, Mejor Animación y Mejor Documental.

El cineasta Alberto Arvelo fue doblemente galardonado al recibir la película *Habana, Havana* el premio como Mejor Largometraje y *Tocar y Luchar* se alzó como Mejor Documental.

Los elefantes nunca olvidan de Lorenzo Vigas ganó el premio al Mejor Cortometraje, además de ser reconocido también por su producción, asimismo la distinción de Mejor Ópera Prima fue para *Secuestro Express*, del joven realizador Jonathan Jakubowicz, quien también fue premiado como director y productor de largometraje. *Fantasia China* de José Castillo obtuvo el galardón de Mejor Animación.

El Premio del Público fue este año para el largometraje *El Último Bandoneón* de Alejandro Saderman y para el cortometraje *Los Elefantes nunca olvidan*, de Lorenzo Vigas.

Carlos Díaz fue galardonado por el guión de *Habana - Havana*, así como Patricia Ortega por *Al otro lado del mar*, cortometraje por el cual también recibió el premio como Mejor Directora. Beatriz Vásquez y Edgar Ramírez fueron laureados como actriz y actor principal por su participación en la película *Yotama se va volando*, mientras que Irabé Segúas y Aníbal Grunn en la misma categoría por su participación en el cortometraje *El Chancecito*.

Por su parte, Francis Rueda se llevó el premio como actriz de reparto por su interpretación en *El Caracazo* y Yúlrika Kraus por *El Chancecito*. Carlos Julio Molina fue merecedor del galardón como actor de reparto por *Secuestro Express* y Gonzalo Cubero por *Los elefantes nunca olvidan*.

Stefano Gramito ganó dos premios ANAC, uno por el sonido de la película *Secuestro Express* y otro por el corto *Los elefantes nunca olvidan*. Marietta Perroni recibió el reconocimiento como directora de arte por el film *1888, el extraordinario viaje de la Santa Isabel*, y en la misma categoría fue distinguida la labor de Ivo Martínez y Gianni Poleo en *El Chancecito*.

También fueron premiadas la fotografía de la película *1888, el extraordinario viaje de la Santa Isabel* realizada por Michael Montes, así como Héctor Ortega por la de *Los elefantes nunca olvidan*. En banda sonora original se destacó a Nascuy Linares por *Tocar y Luchar* y la música original de Aquiles Báez para *El Chancecito*. En la categoría Montaje de Largometrajes el galardón se lo llevó Ethan Meniquis por su trabajo en *Secuestro Express* y Metzli Suárez por su labor en el cortometraje *Al otro lado del mar*.

La censura se reinventa con

El Correo del Caroní

El diario “El Correo del Caroní” circuló con gran retraso y muchas dificultades este 27 de junio, cuando justamente celebraba sus 29 años y se conmemoraba el día del periodista en Venezuela, debido a un acto de “sabotaje”, según la denuncia de sus directivos, por un acto intencional que le dejó sin electricidad durante más de 5 horas.

Luego de las 10 de la noche de ese lunes, se quedó sin energía eléctrica la sede del diario. La llegada de técnicos de la empresa Eleoriente sirvió para constatar que en un acto intencional se habían dañado instalaciones de alta tensión afectando justamente a la sede del periódico y a un centro comercial aledaño, que para ese momento ya estaba cerrado

FE DE ERRATAS: EL AMOR DE JAVIER

En el número pasado de Comunicación cambiamos, sin intención, el amor de Javier Conde. En nuestras páginas salió una colaboración suya bajo el título “Un sindicato para toda la vida”, cuando en realidad él había titulado esas líneas “Un amor para toda la vida”, a propósito de los 60 años de su querido SNTP. Diríamos que amor a quien amor merece y saludos tanto para Javier como para los colegas del Sindicato.

El diario permaneció sin electricidad durante más de 5 horas, en el momento en que justamente se imprime. Tal situación afectó seriamente la salida a la calle de la edición aniversaria del periódico.

David Natera, director del rotativo y presidente del Bloque de Prensa Venezolano, dijo que había sido visto un vehículo, en las cercanías de las tanquillas donde se encuentra el cableado de alta tensión de la sede. Técnicos de Eleoriente aseguraron que conexiones y fusibles que garantizan el suministro de energía al periódico fueron extraídos y que la acción debió ser ejecutada por conoedores en la materia.

Por la naturaleza del hecho, Natera denunció que detrás podría estar “la mano del gobernador”, Francisco Rangel, un acérrimo crítico del diario.

Según Natera, el hecho intencional sirvió al contrario para animar a periodistas y trabajadores del medio, pues apenas se reestableció la electricidad, pasadas las 3 de la mañana del martes, redoblaron esfuerzos para que circulara el diario, aún con retraso.

Este 27 de junio, con motivo de su aniversario y en solidaridad para rechazar el acto de sabotaje, el periódico recibió diversas visitas de líderes políticos y de opinión de la zona.

Semanas atrás, entre tanto, en una inusual votación, la cámara legislativa del estado Bolívar, con voto de 11 de sus 13 integrantes, decidió exhortar a la alcaldía de Ciudad Guayana, principal urbe de la región, a que haga desalojar la sede del periódico, demuela la edificación y le retire al diario la “patente de industria y comercio”, que es la licencia municipal para funcionar como empresa.

La decisión legislativa tomó como base la denuncia de varios vecinos del barrio Villa Colombia, donde está ubicado el edificio de una planta en el que funciona el periódico. De acuerdo con esta versión, la cual en primer lugar se conoció por el gobernador Rangel, los vecinos exigen la salida del periódico, dado el carácter público del terreno y piden la construcción de una plaza.

De acuerdo con Robinson Lizano, jefe de redacción del diario, se trata de una medida política, debido a “la constante denuncia del periódico sobre la grave crisis de servicios sin resolver en la ciudad y en el estado”. Un caso emblemático denunciado por El Correo del Caroní (nombre de un importante río de la zona) es el tema del servicio de agua en la ciudad. A juicio de Lizano es incomprensible que en la ciudad exista racionamiento de agua y deficiencias en el servicio, especialmente en los barrios más pobres, cuando habitan en un lugar rodeado de ríos caudalosos.

Los 13 diputados de la legislatura de Bolívar responden al oficialismo. Los 11 que pertenecen al Movimiento Quinta República, liderado por Chávez, votaron a favor de la medida, mientras que se abstuvieron los dos restantes, que son del partido aliado Patria Para Todos.

En tanto, el alcalde de Ciudad Guayana, Clemente Scotto, de Patria Para Todos, fue cauteloso y dijo que estudiará cuidadosamente el documento de la legislatura antes de tomar una decisión, mientras que la directora de Regulación Urbana, Sandra Richards, consideró “inconveniente” la demolición de la sede para dar lugar a una plaza.

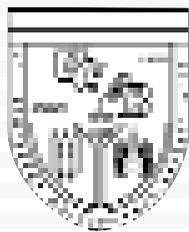
El tema ha provocado manifestaciones, en uno u otro sentido. Un grupo de vecinos organizó una cadena humana frente al diario, el pasado 17 de mayo, para mostrar respaldo.

Ciudad Guayana es una ciudad bastante joven, fue fundada junto a grandes planes de desarrollo en esa región, rica en minerales. Se fundó en 1961 y una de sus zonas más viejas y céntricas es Villa Colombia, donde está el periódico. Sus directivos muestran la documentación probatoria de que un instituto estatal de vivienda le alquiló hace 28 años y luego le vendió en 1991 el terreno de 1.087 metros cuadrados, así como la casa originalmente levantada en el lugar.

Sin embargo, para el ministro de Información William Lara no puede establecerse un vínculo político en la decisión de la legislatura, y menos entre ésta y el poder ejecutivo.

Andrés Cañizález

POSTGRADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL



**Universidad Católica
Andrés Bello**

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

... Abrimos un horizonte de posibilidades

La *Universidad Católica Andrés Bello* pretende afrontar estos tiempos de cambio como un reto formativo con claro compromiso social. Para ello, ofrece un Programa de Postgrados en **Comunicación Social** orientado a la formación de profesionales capaces de desenvolverse en los distintos ámbitos de la mediación comunicacional y cultural.

ESPECIALIZACIONES Y MAESTRÍAS

ESPECIALIZACIÓN EN PUBLICIDAD

Una oportunidad para aprender a gestionar los signos y entender que la publicidad es un medio de información, por tanto de significación.

ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El espacio idóneo para entender que estamos en una sociedad de las organizaciones de allí, que requerimos acercarnos a la forma de comunicación que allí se desarrolla.

ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL

El objetivo es orientar el estudio de las comunicaciones para potenciar el desarrollo. Los egresados obtendrán herramientas comunicacionales para auxiliar, asesorar y/o tomar decisiones dentro de este campo de aplicación.

Programas dirigidos a comunicadores sociales y también a egresados universitarios que deseen acercarse al mundo de las comunicaciones.

Modalidad para especializaciones y maestrías: presencial, dos tardes por semana de 6:00 pm a 10:00pm. • **Duración:** 4 semestres • **Lugar:** UCAB, Montalbán

PROGRAMAS DE ESTUDIOS AVANZADOS

PERIODISMO

Producto de la sinergia entre el diario *El Nacional* y la dirección de Postgrados en Comunicación Social

Modalidad: presencial, clases diurnas, dos días a la semana de 8:00 am a 11:30 am.

Duración: 4 trimestres. • **Lugar:** nueva sede del diario *El Nacional* en Los Cortijos de Lourdes.

COMUNICACIÓN Y POLITICA

Se desarrolla bajo la cooperación de la *Konrad Adenauer Stiftung* y el diario *El Nacional*.

Modalidad: presencial, dos tardes por semana de 6:00 pm a 10:00 pm.

Duración: 3 trimestres. • **Lugar:** nueva sede del diario *El Nacional* en Los Cortijos de Lourdes.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

Se dicta conjuntamente con el centro de Derechos Humanos de la UCAB

Modalidad: Programa presencial y a distancia por Internet. **Duración:** 320 horas

Lugar: UCAB, Montalbán

La UCAB, una referencia en Comunicación Social

Para información en el Programa de Estudios de Postgrado en Comunicación Social, o visítenos en la web: www.ucab.edu.ve o en el teléfono 407 4379

Las señas del aquí y ahora

breves referencias al fragor

■ **Marcelino Bisbal**

El poder sólo es realidad donde palabra y acto no se han separado, donde las palabras no están vacías y los hechos no son brutales, donde las palabras no se emplean para velar intenciones, sino para descubrir realidades, y los actos no se usan para violar y destruir, sino para establecer relaciones y crear nuevas realidades.

Hannah Arendt

Me oigo y me parece que estoy contando una película.

Manuel Puig

I. Los avatares del tiempo

Decir, a estas alturas del tiempo, que “Venezuela cambió” es no apuntar ninguna novedad. Decir, en momentos de rabia y desesperación –cada vez más frecuentes- que volveremos a las escenas de antes de 1998 es no haber entendido cómo el tiempo cotidiano fue anulando, por el ejercicio mismo de la práctica política y de la práctica ciudadana, la idea de proyecto social y de Estado-nación moderno y modernizante que había sido ideado por intelectuales y políticos de las más variadas ideas y pensamientos.

Estamos en presencia de un nuevo paisaje en donde los rasgos más característicos apuntan a que: -el Estado ha perdido los límites que lo definían y se ha transformado en un aparato amorfo que cada vez más se va pareciendo a una “maquinaria” de control y secuestro de las instituciones. En ese sentido, es cada vez más evidente la amenaza del control estatal sobre la vida cotidiana de los venezolanos: desde la economía, la

cultura, el sistema de medios de comunicación, el deporte y hasta las ONG;- el protagonismo militar ha ido ocupando espacios civiles ante la mirada, sino complaciente de gran parte de la sociedad, por lo menos nos va resultando ya un hecho casi natural y lógico; -la Fuerza Armada Nacional (FAN) se va convirtiendo poco a poco, ante nuestra mirada despistada, en una institución de partido con signos de utilización política y electoral; -el secuestro que se quiere hacer de la educación privada y pública para convertirla en un aparato de ideologización y politización con claros visos totalitarios; -las necesidades económicas reflejadas en la inflación, el desempleo, el deterioro del sistema productivo privado, el excesivo gasto público que no es capaz de saciarse, la dependencia casi absoluta de la renta petrolera hasta límites que no eran pensables,...en fin todas esas necesidades que han ido quebrando fuertemente el horizonte de expectativas que nos habíamos imaginado y soñado; -la idea de crear un partido hegemónico y un proyecto hegemónico de nula cultura democrática como es todo lo “único” como le gustaría referir a Michel Maffesoli; - el excesivo personalismo que encarna la figura del Presidente de la República y que sacralizan sus partidarios y los más allegados al poder; -la centralización como creencia que desde allí “todo se va a resolver”, sin comprender que uno de los logros y conquistas ciudadanas más significativos de nuestra historia democrática fue la descentralización administrativa en muchas esferas del poder del Estado;-la evidente polarización y conflictualidad en la que vivimos y que lejos de desaparecer y disolverse ha ido acrecentándose por un discurso y una retórica de la exclusión, la confrontación y la violencia;-el surgimiento, publicitado además, del re-

sentimiento social como manera de querer comprender nuestras debilidades;-el empeño de voltear la historia republicana intentando, de manera insensata y poco responsable, reescribirla desde el personalismo, el caudillismo y el mesianismo y ;-la insistencia de construir un ¿proyecto de país? teniendo como modelos experiencias más que fracasadas y superadas por la historia de los acontecimientos recientes.

En síntesis, nuestra situación se va pareciendo a la conclusión a la que llega la investigadora argentina Beatriz Sarlo al referirse al caso argentino desde el instante mismo en que ese país encontró un sistema político desarticulado y sin fuerza, hasta la llegada de los militares y la represión:

Se ha producido un cisma cultural que reduplica el cisma económico; en el horizonte de las vicissitudes, se esfumaron las razones de pertenencia a una sociedad nacional; en todas partes, se ha debilitado la idea de responsabilidad que, aun precariamente, teje la trama de muchos hilos que sostiene una comunidad. No se trata de salvar a los políticos de la responsabilidad sobre este paisaje, porque ellos se encargaron de que se profundizaran sus rasgos. Pero quienes forman parte de la cúpula de la pirámide social, los muy ricos pero también nosotros, por razones diferentes, hemos observado la catástrofe, unos en la persecución de beneficios inmediatos, otros sorprendidos por lo impensado (incluso quienes lo anunciaron quizás estén sorprendidos por el fulminante cumplimiento de sus predicciones) (2001:51).

Creo que en nuestro caso y experiencia es posible agregar, a la interpretación de Beatriz Sarlo, otra dimensión, aunque en el fondo responda a la misma idea conclusiva, como es la pérdida paulatina de la democracia ante la presencia en el horizonte inmediato de señales que la acechan. El politólogo y sociólogo chileno Fernando Mires publicaba recientemente en el “site” de la revista *Nueva Sociedad*¹ un texto que nos describe “los diez peligros de la democracia en América Latina” y que bien vale

de tiempos electorales

la pena que repasemos en forma esquemática cuáles son esos peligros porque son los mismos que se hacen presentes en nuestra situación actual. En términos específicos los peligros serían o ¿serán?:

1-El peligro de la (re) militarización del poder. Por un lado nos dice el autor que “Ha habido, y probablemente seguirán habiendo generales latifundistas, modernizadores, nacionalistas, socializantes, desarrollistas, neoliberales, populistas etc. Lo único que no vamos a encontrar, porque es un contrasentido, son generales democráticos, por lo menos no cuando ocupen el Estado. Los militares en el poder, independientemente a ideologías, proyectos, modelos y locuras, han sido el resultado de la precariedad del desarrollo político latinoamericano, precariedad que esos mismos militares han acentuado notablemente. Y por el otro: “Cuando la ausencia de política es manifiesta o cuando las estructuras políticas han sido destruidas (a veces por los propios políticos) suele ocurrir, y ha ocurrido, y no sólo en América Latina, que poderes no políticos ocupen el lugar reservado al poder político. Ya establecidos en ese lugar, realizan, aunque sea una paradoja, una *política de la antipolítica* que es la que sin excepción caracteriza a todas las dictaduras en cualquier lugar del mundo”.

2-El peligro de la economización de la política. En el sentido de que “El discurso económico dominante ha sido asumido por los propios políticos quienes se ven en la obligación de presentarse como expertos en materias económicas, aunque muchas veces sólo dominan las operaciones aritméticas básicas. Más aún: cuando se encuentran en períodos electorales, la mayoría de sus promesas son económicas. De este modo intentan comprar indirectamente los votos de la población. Casi todos ofrecen crecimiento, bienestar, fuentes de trabajo, aumentos de salarios, pero sin tener idea acerca de como van a realizar lo que pro-

meten. Temas políticos propiamente tales como las libertades públicas, el aumento de los espacios de discusión, la aplicación consecutiva de los derechos humanos, etc. son casi siempre dejados de la mano. De este modo, para los electores comunes y corrientes, la boleta electoral tiene un significado similar a una tarjeta de crédito. Votando por tal o cual imaginan adquirir un futuro económicamente promisorio que por supuesto nunca llega, pues los ritmos del desarrollo económico son muy diferentes a los de la política”.

3-El peligro de la corrupción. La interpretación de Mires es que la corrupción es casi imposible de erradicar, pero ella sí puede ser limitada si se actúa con transparencia y sentido democrático. Así nos dice que “Un gobierno puede ser limpio y puro, pero si las instituciones intermedias han sido corrompidas, apenas podrá gobernar. Y cuando la corrupción no sólo es política sino que social, es decir, generalizada, la democracia política no puede prosperar en ninguna parte. Cuando la nación comienza a corromperse, no sólo vertical sino que también horizontalmente, ha llegado la hora de los golpistas, o de los demagogos, o de los populistas, o de todo eso a la vez. El tan conocido fenómeno del populismo latinoamericano es en gran medida un resultado de la corrupción de las instituciones públicas, y por cierto, uno de los peligros más grandes para cualquier proceso democrático”.

4-El peligro populista. El peligro del populismo está representado en la pretensión de sus representantes de cerrar las líneas divisorias que hacen de la política, y por lo mismo, de la democracia, un campo de representación de diversas posiciones. Puntualiza que “En el simbolismo radical del populismo las líneas divisorias que separan al pueblo entre sí son transportadas en contra de enemigos que pueden ser reales, pero también imaginados. Ese agente externo de negación constitutiva de la afirmación popular

puede ser muy diverso: puede ser la nación enemiga, pueden ser los extranjeros que habitan el país, pueden ser los ricos, los corruptos, la oligarquía, el imperialismo, la globalización, es decir, puede ser cualquier cosa que opere como representación simbólica del mal absoluto, contra el bien total representado por la voluntad popular –y esta es una de las características esenciales del populismo- corporizada por un líder carismático cuya función es trasladar las diferencias hacia el exterior del pueblo, para que el pueblo siga imaginando que es un solo pueblo. Todo populismo se expresa necesariamente en la personificación extrema del poder”.

5-El peligro de la personificación extrema del poder. Este peligro es consecuencia directa del anterior. Es decir, cuando la política tiende a ser populista, ésta debe representarse en diferentes personas que simbolizan la unidad de diferentes actores. “Lamentablemente, cuando el personalismo político alcanza un grado extremo, el representante político se convierte en el principal objeto de discusión. En esas circunstancias es muy fácil que si él no es contenido a tiempo, caiga en excesos representativos o en fantasías omnipotentes. Ello se puede observar en el curso de su retórica. Casi siempre tiende a abusar del tiempo del ciudadano y a hablar mucho más allá de lo que es políticamente necesario. Sus discursos serán cada vez más emocionales; y suele suceder que abandone el lenguaje de la discusión y caiga fácilmente en la invectiva y en la descalificación. La violencia de las palabras no tarda en esos casos en traducirse en violencia de los hechos. Poco a poco la lógica argumentativa será reemplazada por gritos y signos mágicos, y las multitudes en las calles se dejarán llevar más por la uniformidad de los colores de las banderas, camisas o boinas, o por la rima de consignas gritadas a coro, que por sus intereses e ideales. En síntesis, la política, y sin que sus actores

se den cuenta, entra en un abierto proceso de *facistización*. Las estructuras populares se convierten en un pueblo; el pueblo se disuelve en masa, y la masa en chusma”.

6-*El peligro de la desigualdad social*. El hecho de que exista desigualdad y pobreza extrema no son condiciones que imposibiliten la democracia, sino al contrario. Será un reto para la democracia lograr superar esas condiciones, aún a sabiendas de que esas situaciones no son el mejor terreno para construir democracias. Lo que sucede es que los populistas se valen del hecho de la desigualdad social para levantar promesas de su erradicación sin lograrlo en el tiempo por falta de políticas coherentes y eficaces. “En este sentido, las dificultades para erigir un orden democrático, más que de las desigualdades sociales provienen de un mal entendido que conviene dejar en claro. Ese no es otro que aquel que afirma que la tarea inmediata de toda democracia debe ser la de superar las condiciones que determina la pobreza social. Ese malentendido es generalmente propagado por los propios políticos, pues como ya se dijo anteriormente, la mayoría de ellos tiene la opinión de que son excelentes expertos en materia de economía; es decir, se trata de una creencia derivada del peligro de la ‘economización de la política’”.

7- *El peligro de la desintegración política*. Este peligro tiene varias facetas. Desde nuestro contexto es preciso señalar aquella que hace referencia a la llamada gobernabilidad. “Cuando la gobernabilidad es precaria, ella se traduce en un desgobierno de las conductas sociales e incluso de la ética individual. La desintegración parece por lo tanto ser consustancial a esa transición, y en algunos casos es tan avanzada, que las expresiones delictivas escapan a cualquiera posibilidad de control social y deben ser enfrentadas policialmente (...) ahí donde no hay política, hay policía. Pero si la policía es parte de esa desintegración total, y en algunos países lo es, las alternativas de democratización de la vida social son muy pocas”.

8-*El peligro de la etnización de la política*. Aún cuando en Venezuela ese no sea un eminente peligro, sin embargo hemos tenido algunos brotes de tal postura. Allí está el planteamiento que se hizo desde el mismo gobierno, a propósito de los festejos del “Día de la Raza” en octubre de 2005, rebautizando al 12 de octubre como el “Día de la Resistencia Indígena”

y que ya ha comenzado a formar parte de los manuales escolares. “El peligro de la etnización de la política es muy actual, y tiene que ver en parte con influjos ideológicos que provienen desde fuera de las comunidades indígenas, particularmente desde fracciones de una izquierda antipolítica que después del derrumbe del comunismo busca nuevos actores que les permitan mantener una actitud confrontativa respecto a todo gobierno y con ello conservar su propia identidad. El indigenismo es para esas izquierdas, una entre otras teorías de sustitución. De ahí que siempre es necesario diferenciar entre las demandas de las comunidades indígenas y agrarias, y las ideologías que les han sido superpuestas”.

9-*El peligro de la ausencia (o de la escasa presencia) de una intelectualidad política*. Es la confrontación entre el pensamiento ideológico y el pensamiento crítico. Para el primero las conclusiones, antes de que los hechos se sucedan, ya están dadas; pero para el segundo el análisis y la reflexión de los conflictos reales son condiciones necesarias de comprensión. “En el espacio que ocupa la llamada intelectualidad hay en cada nación una franja delgada desde donde son producidas ideas que serán reformuladas en diferentes espacios de acción. Puede que los actores de esa franja no se definan a sí mismos como políticos, pero su incidencia política es importante pues, en la medida en que ellos piensan, la nación (otros dicen ‘la sociedad’) se piensa a sí misma. De ahí que cuando se habla de la crisis de la política no sólo es la política la que está en crisis sino que también lo están aquellos que tienen que producir ideas para que la política sea posible. Muchas veces una crisis política no es sino una crisis intelectual reflejada en la política”.

10-*El peligro del democratismo*. Nada en exceso, se suele decir popularmente, es bueno y productivo. Como nos plantea entonces Fernando Mires: un exceso de democracia puede ser nocivo para la propia democracia: “La voluntad mayoritaria puede llegar a ser una voluntad dictatorial si es que la acción de las minorías no se encuentra plenamente garantizada en el juego político. En ese sentido, hay democracias que no son demasiado políticas pues en nombre de las mayorías son reducidos los campos de acción de las minorías. Si bien la democracia implica el gobierno de la mayoría, la política implica las luchas de las minorías para llegar a

ser mayorías. Si a las minorías se les niega esa posibilidad, es suspendido el juego político al interior de una democracia y con ello la democracia misma comienza a extinguirse. Ningún gobierno puede usar el recurso de la mayoría para reprimir a minorías y seguir llamándose a sí mismo democrático. La mayoría otorga el gobierno; pero no un cheque en blanco al gobernante. El democratismo no siempre es democrático”.

Es que este país, y nosotros sus ciudadanos, está viviendo una situación-límite que nos hemos sido capaces de conjurar ni a través de las especulaciones intelectuales, y mucho menos por las mediaciones de la oposición gubernamental, ni del gobierno mismo, pero tampoco por el cruzamiento de discursos e imágenes diversos que día a día nos van presentando, incluso imponiendo, los medios de comunicación social tanto lo de un frente como los del otro. En fin,

¿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 clase 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 las retazos de sentido que alientan nuestra esperanza (Martín-Barbero, 2001: 19).

II- “**Toda la desdicha menos una: la pérdida de realidad**”

Sin embargo, todo el análisis previo parte de algunas *constataciones* de orden cuantitativo que nos ayudan a entender qué nos ha pasado como nación, como sociedad y como sujetos. La referencia empírica la tomamos del último estudio de Alfredo Keller y Asociados: *La encrucijada electoral venezolana. Análisis de escenarios políticos de 2006* (abril, 2006).

Para empezar, es bueno tener algunos antecedentes acerca de las *creencias* y *valores permanentes del venezolano* para entender cómo sentimos y como venimos viendo al país. El estudio ² parte desde el mismo año del triunfo del actual gobierno en 1989 hasta nuestros días:

- Venezuela es uno de los países más ricos del mundo (78 a 92%)
- La función del gobierno es repartir esa riqueza con equidad (75 a 82%)
- Yo no me he beneficiado de la riqueza del país (73 a 87%)
- La culpa es del gobierno anterior (+ partidos + políticos) (61 a 80%)
- Todos los gobiernos del pasado fueron un desastre (50 a 74%)
- La causa del desastre es la corrupción (72 a 91%)
- El que tiene dinero en este país es porque es corrupto (34 a 38%)
- Volveremos a ser ricos al eliminarse la corrupción (72 a 78%)
- ... Y se acabará la pobreza (50%)

En ese sentido, las *consecuencias de orden psicosocial* a las que llega la investigación se resumen en cinco determinantes:

- Rechazo al trabajo “con tantas riquezas” (12 a 24%)
- Alta externalidad del control (50 a 75%)
- Ensoñación con un Estado redistribuidor (52 a 72%)
- Bajo nivel de confianza en las instituciones (promedio negativo de 70%)
- Preferencia de relaciones solidarias sobre productivas (entre 30 y 70%)

Y las *consecuencias de orden político* serían entonces:

- Ciclos periódicos de expectativas y frustraciones agudas
- Demanda constante de políticas asistenciales
- Radicalismo en las actitudes políticas (alrededor del 50%)
- Desapego ideológico y lealtad utilitaria a partidos debilitados
- Segmentación polarizada de las sociedad (50/50)
- Permanente búsqueda de un liderazgo fuerte y redistribuidor
- Elecciones crecientemente de carácter plebiscitario
- Permanente insatisfacción: “Venezuela merece algo mejor” (66%)

III- Implósión de problemas

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 esperaban, no llegaron a cristalizar en los necesarios y consecuentes cambios socioeconómicos y culturales. Esta observación, de terrible frustración para una gran parte de la sociedad venezolana, 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 los político y su visión de país como proyecto, hasta llegar a lo económico. Oigamos los indicadores de la realidad para empezar a vernos:

- La última investigación –cuantitativa y cualitativa- de la empresa Hinterlaces (Branding-marketing-communications) titulada *Monitoreo socio-político. Tendencias y coyuntura* (11ª. Investigación, mayo de 2006) nos dice que los problemas principales del país son: *inseguridad* (37%), *desempleo* (29%), *corrupción* (23%) y *Otros* (11%).

Es decir, que el 89% de la ciudadanía está indicándonos que el desempleo, la delincuencia y la corrupción conforman el “mapa de los problemas” que vive actualmente el país.

- Cuando se pregunta por las causales de esta problemática, la gente responde diciendo que la *ineficiencia* es la principal causa (27%), seguido luego de *fallan las instituciones* (23%), inmediatamente el 21 % apunta que la causa es la *división* que actualmente vive la sociedad venezolana y la *perdida de valores* con el 19%³.

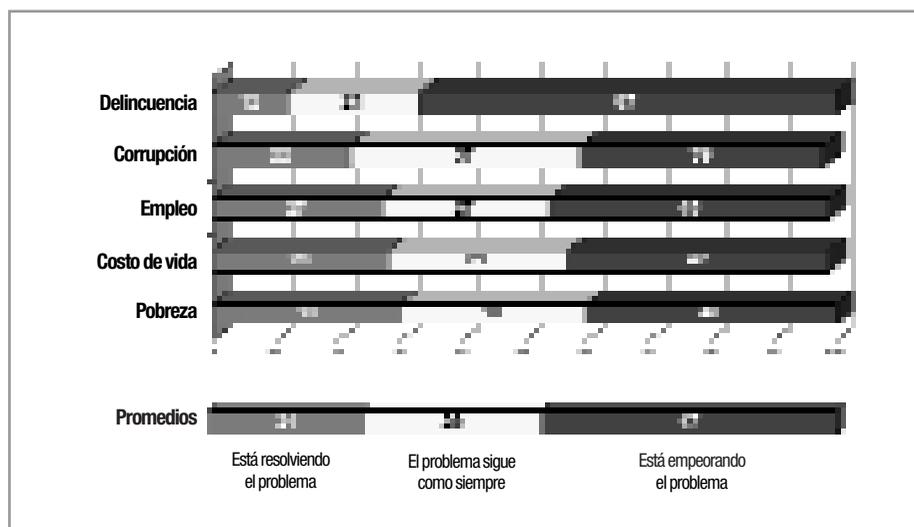
Por su parte, en el estudio de Alfredo Keller y Asociados, aunque coincide en los principales problemas, aparece también el tema de la *pobreza* y el del *costo de la vida*. Pero el trabajo de Keller profundiza más allá pues se pregunta por la eficacia de la gestión gubernamental. Así, cuando se le pregunta a la gente: ¿Cómo está trabajando el Presidente Chávez para resolver estos problemas? Estas son las respuestas:

Otro elemento a destacar, pero esta vez acudimos al *Monitor Socio-Político* de Hinterlaces, es si estos problemas que la gente apunta están igual que antes o han aumentado o se han aminorado. A partir de los datos apuntados podemos ver en el cuadro 1 la idea de cómo están evaluando en estos momentos el tema de la pobreza y el de la corrupción.

IV- Cuestión de interpretaciones

El momento no puede ser más confuso. Si nos atenemos a las reflexiones y testimo-

GRÁFICO 1
P.: ¿CÓMO ESTÁ TRABAJANDO EL PRESIDENTE CHÁVEZ PARA RESOLVER ESTOS PROBLEMAS?



Keller y Asoc.: La Encrucijada Electoral Venezolana, Abril de 2006
Fuente: Keller y Asoc.: Estudio Nacional de Opinión Pública, n= 1.200, Marzo, 2006

CUADRO I
PERCEPCIÓN DE PROBLEMAS: POBREZA Y CORRUPCIÓN

PROBLEMA	Más que antes	Menos que antes	Igual que antes	N/S-N/R
POBREZA	30%	18%	43%	9%
CORRUPCION	45%	15%	29%	10%

Fuente: Elaboración propia

nios que el ciudadano hace acerca de la situación actual, de cómo se las está llevando con ella y cómo piensa que están solucionándole parte de su vida, las respuestas arrojadas son más confusas y daría la extraña sensación de la incongruencia y de que hay algún hilo que no logramos hilar en esta madeja de enredos en la que estamos. El estudio de Hinterlaces pone a hablar a la gente, les da la palabra – ¡las palabras nunca son neutras!- para que expresen. Algunas cosas de las que ellos dicen:

- “Yo pienso que cada día estamos peor, la situación está malísima, para mí es mentira lo de las casas... que vengan y le den una bolsita de comida una vez al mes eso no soluciona el problema, los problemas siguen y es por cosas políticas... y paga el pobre. ¿Los responsables...? Los políticos, no pienso que sea Chávez pienso que son las personas que están con él. No lo ayudan. Él debería cambiar las cosas si no funcionan, no sé porque no las cambia, pero puede ser que no sabe o que su equipo no funcione. Debería poner personas competentes que quieran ayudar al país y que quieran hacer algo por él. No tienen que ser chavistas, sino personas que de verdad quieran el país. Los problemas más graves...? La inseguridad, desempleo y corrupción está todo igual”. (NI-NI)

- “El de repente tenía la idea de una Venezuela bonita, pero para mí está mal asesorado... Yo creo que no cambia gente por miedo, porque piensa que esta gente lo va ayudar el día que pase algo. Si él tuviera buenas ideales busca apoyo en grandes potencias como Rusia, Estados Unidos... ¿Cómo te vas a ir para Cuba?... cómo va a buscar apoyo en ese país que es el peor del mundo, con ese carajo que es un dictador”. (CHAVISTA)

- “Lo que más me gusta de Chávez es que trata a los pobres con cariño y lo que no me gusta es que le da mucho a los otros países y a uno el pobre lo deja sin darle muchas cosas, las que uno

necesita. ¿Cómo es eso que quiere a los pobres y no les da los que necesita...? El trata de hacer las cosas bien pero los que no lo hacen bien son sus seguidores. El dice que está invirtiendo en las casas, pero no sé. El dijo que iba a hacer era sacar a los pobres adelante, hay casi igual de pobres que antes”. (CHAVISTA)

¿Cómo explicar esas respuestas cuando antes nos decían que sus problemas han venido empeorando? ¿Cómo interpretar y darle significación a esas palabras cuando la popularidad del Presidente, en términos de agrado o desagrado, está en 63% de agrado y 24% de desagrado? La respuesta creo que tendríamos que buscarla en lo que se ha dado en llamar el “Efecto Chávez”, es decir el tipo de “narrativa” que maneja Hugo Chávez y que ha logrado cautivar a la gente, especialmente a los sectores populares. Aquiles Esté lo expone así: “La audiencia al exponerse a una narrativa de esta naturaleza pareciera exclamar exaltada: *esa es mi historia, ese es mi drama, esta marca entiende lo que siento*. Es allí cuando se produce el apego, la lealtad hacia una marca” (2006: 53). Es un asunto emocional, pero que liga simbólicamente con el tema de la significación que Chávez viene prometiendo desde hace ya un buen rato. No es un signo de razón, “es la capacidad para presentarle a la audiencia una narrativa auténtica, reveladora de alguna experiencia que la gente reconoce como propia” (Ibidem, 52).

Las principales conclusiones a las que llega Hinterlaces en relación al *nexo simbólico* entre el Presidente de la República y los sectores populares son bien esclarecedoras. Se trata de resultados arrojados por los grupos focales, es decir es la gente la que opina, la que dice...

- El respaldo a Chávez tiene distintos grados de adhesión y simpatía, influenciados en primer lugar por los contenidos fundamentales de su discurso: opción por los pobres, lucha contra el pasado de privilegios y exclusión social, así como por la percepción de que Chávez “*tiene buenas intenciones*”, “*quiere a Venezuela*” y “*está con los pobres*”.

- Aquí están los componentes simbólicos clave, existenciales y sociales, que conforman el “cemento emocional y afectivo” –ni político ni ideológico- que sella la lealtad de un segmento importante de los sectores populares con el Presidente Chávez.

- Los pobres recuperaron visibilidad y reconocimiento social: “*Es que antes no existíamos*”, “*Nadie nos tomaba en cuenta para nada*”, “*Ahora tenemos esperanza, tenemos una oportunidad, tenemos porqué luchar*”. Igualmente, alcanzaron el respeto y la dignidad: “*La oposición piensa que somos ignorantes y marginales* Aquí están los componentes simbólicos clave, existenciales y sociales, que conforman el “cemento emocional y afectivo” –ni político ni ideológico- que sella la lealtad de un segmento importante de los sectores populares con el Presidente Chávez.

- “Como este Presidente nunca habíamos tenido uno que se ocupara de los pobres”, “Ha puesto en el tope a los excluidos”, “Ahora los pobres somos venezolanos gracias a ese líder”, “Chávez ha hecho cosas buenas, durante 40 años se dedicaron sólo a unos pocos y menospreciaron al pobre”...

- Estas reivindicaciones fundamentales para los pobres, están asociadas a la personalidad “*humilde y sencilla*” de Chávez, “*Sabe lo que es la pobreza y la necesidad*”, “*El baja hasta donde nosotros*”, “*Nos habla y nos convence con su palabra*”...

V- El contexto emergente

Los ecos de los planteamientos de Beatriz Sarlo, a partir de la experiencia vivida y sufrida –como dice la autora-, y los del chileno Fernando Mires, estudiando los signos que se muestran como verdaderos peligros en esta América Latina de aquí y ahora, se hacen visibles en la Venezuela del presente. Diríamos que demasiado visibles y hasta coincidentes para el momento actual, que hace que hoy empecemos a dudar de la supervivencia de la *libertad* y la *democracia* como hechos reales y tangibles. Entendidas la libertad y la democracia en su sentido habermasiano, es decir, la presencia de un espacio libre y democrático, no coercitivo por ninguna forma de poder, para “el libre juego de la opinión pública como motor de la política demo-

crítica en su sentido real y empírico y en un sentido normativo” (Boladeras Cucurella, 2001: 68). Como vemos, para J. Habermas el espacio público libre y democrático será el lugar donde se hagan visibles las más diversas contradicciones de la vida social y política y Habermas entenderá la “esfera pública burguesa” como la aparición de un espacio en donde “(...) el interés público de la esfera privada en la sociedad burguesa deja de ser percibido exclusivamente para la autoridad y comienza a ser tomado en consideración como algo propio por los súbditos mismos” (1981:71). Allí nace la idea de un esfera pública no vertical, sino deliberativa.

Los procedimientos democráticos estatuidos en términos de Estado de derecho(...) permiten esperar resultados racionales en la medida en que la formación de la opinión dentro de las instancias parlamentarias permanezca sensible a los resultados de una formación informal de la opinión en el entorno de esas instancias, formación que no puede brotar sino de espacios públicos autónomos. Sin duda, (...) el presupuesto de un espacio público político no hipotecado, es un presupuesto carente de realismo; pero bien entendido, no se le puede calificar de utópico en sentido peyorativo (Habermas, 1998:614).

No es casual que Habermas refiera el término Estado de derecho, como condición requerida para la existencia de una opinión pública libre y democrática. La cuestión es discutir si en el actual contexto venezolano gozamos de un Estado de derecho en sentido real, no virtual, que vaya más allá de lo que la Constitución y las leyes nos proclaman. El jurista mexicano Rodolfo Vázquez en línea conceptual con J. Habermas y desde un punto de vista liberal, nos aclara ¿qué es el Estado de derecho?. Nos dice:

No todo Estado es estado de derecho’, incluso más ‘no todo estado con derecho es un estado de derecho’. Una de las características de los estados modernos es, precisamente, su organización a partir de un sistema jurídico que delimite funciones y que permita la resolución de conflictos en el seno de la propia sociedad. Sin embargo, esta vocación de legalidad puede ser perfectamente compatible con estados dictatoriales o autoritarios. La mera existencia empírica de un ordenamiento jurídico no garantiza *ipso facto* un estado de derecho. Para que éste sea posible se deben satisfacer cuatro condiciones internas que resumiría en las siguientes: 1.primacía de la ley; 2.respeto y promoción de los derechos fundamentales; 3.control judicial de constitucionalidad; y 4.responsabilidad de los funcionarios. Todas ellas condiciones necesarias y, en su conjunto, suficiente para que exista un estado de derecho, y no cualquier estado de derecho, sino (...) un estado *liberal igualitario* de derecho (2003:223).

No requerimos de intérpretes para entender y ver la ruptura que existe conceptualmente con la realidad y que la propia realidad nos está mostrando. La descripción del concepto

de Estado de derecho es viva y bien clara. No hay lugar a dudas. No es casual que un editorial de la hermana revista *Sic* dijera con mucha claridad y preocupación que “Para un gobernante lo más imprescindible es la independencia de poderes. Recuérdese que ésta se diseñó, no en tiempo del absolutismo de la segunda mitad del siglo XVI y el siglo XVII sino en el siglo XVIII, cuando gobernaba lo que se llamó el despotismo ilustrado, cuyo lema era ‘todo para el pueblo, pero sin el pueblo’. Esto es lo que no entendió el bloque soviético que denigró de la que llamó democracia formal y siguió aferrado a la línea del centralismo democrático, que acabó en pura y simple dictadura, o la del secretario general del partido o la de la *nomenclatura*. Esta fue una de las causas estructurales de su implosión. Esa exclusión de los otros se tradujo en pérdida de dinamismo, en distorsión, en esclerosis y por supuesto, en una violación sistemática de los derechos humanos” (*Sic*, 2005: 196). Finaliza de manera tajante, como conclusión, con esta idea:

Para hacer la revolución, entendida ésta como reinventar un país destruyendo todo lo anterior y rediseñándolo completamente, es cierto que la toma total del poder es el mejor camino. Pero a estas horas de la historia, la pretensión de parar la historia, de negarla y de arrancar desde uno mismo es una pretensión absolutamente irracional y está condenada al fracaso. Pero no sólo al fracaso sino a dejar el país en ruinas y con traumas profundísimos. Quienes creen en el espejismo de reinventar un país, sienten que el expediente de eliminar toda competencia es el más cómodo y expedito y por eso no ven problema. Sin embargo, para el que no quiera ser ciego, ya se está viendo cómo lo pretendidamente nuevo está empezando a ser una

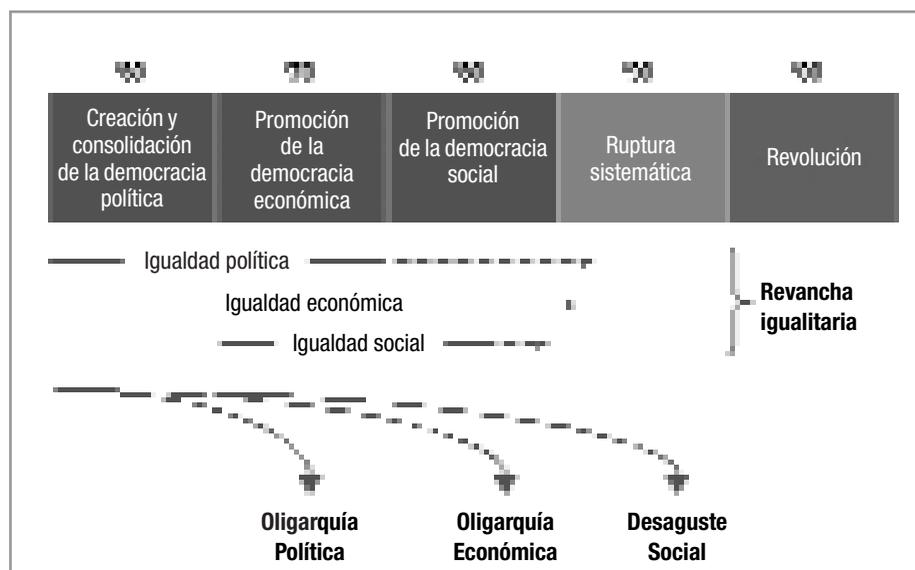
reedición de lo que todos rechazamos y por lo que Chávez llegó al poder (Ibidem).

Al respecto, el documento de Alfredo Keller y Asociados nos ofrece un excelente gráfico que nos muestra una visión de cómo ha ido variando el sentido del llamado “proyecto democrático” hasta llegar a esto que se ha dado denominar “proyecto revolucionario bolivariano”:

Lo que sí nos muestran ambas investigaciones de opinión pública es que la gente no ve con mucha confianza el “proyecto” hacia donde se nos quiere llevar. A tal efecto, cuando a la gente se le pregunta por el sistema socio-político preferido para Venezuela las respuestas son 78% Democracia, 18% Otros y apenas un 3% NS-NR. Ahora bien, cuando al mismo encuestado se le indica que elija entre sistemas de gobierno en particular para Venezuela, nos apunta: 75% Democracia, apenas un 11% Socialismo Siglo XXI, 9% Capitalismo y 4% Otros. Y cuando se le pide al entrevistado/encuestado cuáles son o deberían ser las características más importantes de un sistema democrático, estas son las respuestas que se explican por sí solas (Monitor Socio-Político de Hinterlaces, mayo 2006):

- Igualdad/Derechos/Justicia Social:33%
- Libertad de Expresión/ Crítica / Participación/Protesta:33%
- Instituciones/Orden:16%
- Elecciones/Partidos Políticos:9%
- Otros: 8%

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN PROGRAMÁTICA DEL PROYECTO DEMOCRÁTICO



Keller y Asoc.: La Encrucijada Electoral Venezolana, Abril de 2006

Y la conclusión final a la que llega la investigación de Hinterlaces en cuanto a “visión de país” que resulta del cruce entre varias preguntas y sus respectivas respuestas es:

Pero cambiamos los actores, los símbolos para guiarnos, cambió el sentido de país y hasta los imaginarios, se voltearon las experiencias, pero la manera de conducir la “cosa pública” sigue igual y hasta de forma desquiciada y sin límites. Es que no tenemos idea y realidad de Estado porque no hay transparencia en los actos gubernamentales. Nada ha cambiado en el panorama, aunque estemos en presencia de un paisaje distinto. José Ignacio Cabrujas, en conversación con la Comisión Presidencial para la Reforma del Estado Venezolano, por allá en 1987, decía que en Venezuela el concepto de Estado es apenas un disimulo.

El concepto de Estado es simplemente un “truco legal” que justifica formalmente apetencias, arbitrariedades y demás formas del “me da la gana”. Estado es lo que yo, como caudillo o como simple hombre de poder, determino que sea Estado. Ley es lo que yo determino que es Ley. Con las variantes del caso, creo que así se ha comportado el Estado venezolano, desde los tiempos de Francisco Fajardo hasta la actual presidencia (...) El país tuvo siempre una visión precaria de sus instituciones porque, en el fondo, Venezuela es un país provisional (...) El Estado venezolano actúa generalmente como una gerencia hotelera en permanente fracaso a la hora de garantizar el confort de los huéspedes. Vivir, es decir, asumir la vida, pretender que mis acciones se traducen en algo, moverme en un tiempo histórico hacia un objetivo, es algo que choca con el reglamento del hotel, puesto que cuando

me alojo en un hotel no pretendo transformar sus instalaciones, ni mejorarlas, ni adaptarlas a mis deseos. Simplemente las uso (...) El resultado es que durante siglos nos hemos acostumbrado a percibir que las leyes no tienen nada que ver con la vida (...) La estructura principista del poder fue siempre nuestro mejor escenario (1987: 7 y ss.).

VI-“Siete años no son nada”

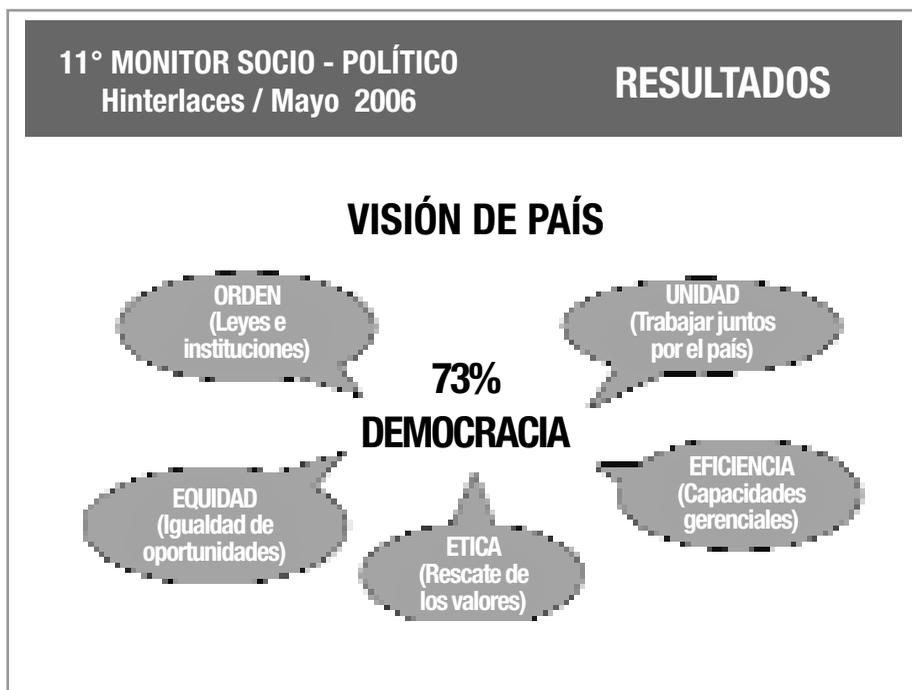
Está armado el círculo. La dinámica económica y política en la trama de decisiones, en la formulación de políticas de todo orden y niveles, involucra necesariamente una cuestión cultural que nos remite inmediatamente al imaginario en que se mueve el poder, en este caso el “gobierno revolucionario y bolivariano” hoy en funciones de Estado. Esas dos dimensiones son fundamentales para entender todo un conjunto de decisiones intelectuales y políticas como líneas de acción cultural que intentan proyectarse en el tiempo histórico y convertirse como decía un dirigente del alto gobierno en “referencia y en poder hegemónico”. En ese sentido, hay que entender el gran esfuerzo que están haciendo los más diversos “actores políticos” del llamado “oficialismo” para la *reinstitutionalización* y la *reconstrucción* del Estado, de la polis, de la comunidad política y cultural, de la ciudadanía y de la sociedad en general.

Lo que sí ha quedado claro en estos ya casi siete años del “proceso” es la evidencia de una razón muy vieja en América

Latina y en el pensamiento de una “izquierda política” anclada en la nostalgia y el pasado, que además ha conducido a fracasos estrepitosos, que carga de sentido positivo la estatización de cualquier actividad pública por encima de las iniciativas libres de la ciudadanía heterogénea, plural y caótica que reside en la mal llamada sociedad civil o en la sociedad en general. Es la idea del Estado como concepción “iluminada” o “vanguardista” que debe estar por encima como una especie de “superpoder” o “big brother” orwelliano orientando los designios hacia dónde debe conducirse la sociedad. No es más que el deseo de fortalecimiento de una idea errónea de la esfera pública contra el poder “incontrolado” e “¿incontrolable?” de los intereses privados. Aquí reside la confusión entre lo público y lo estatal-gubernamental, la confusión en que el ámbito de la democratización de la sociedad debe darse desde el Estado y su institucionalidad y no desde las fuerzas que deben renacer al interior de la propia sociedad.

Desde esa “razón” o “razones” para los que creemos en la *Libertad* y en la *Democracia*—con mayúsculas ambas— estos tiempos que corren en el país no son los más proclives para la realización de esos ideales, ni siquiera en el mediano plazo. Es evidente que rondan en la atmósfera otros conceptos acerca de esas palabras y que se ponen de manifiesto en todo el conjunto de publicaciones que promueve el gobierno y en los actos majestuosos que se proyectan desde él. Vivimos un “desconcierto ideológico” en el sentido de que “Nuestras palabras claves están enfermas: están degradadas, se han vuelto obsesivas, se repiten a tontas y a locas, y con ellas se pretende conocerlo y explicarlo todo. Han perdido virtud operativa y han adquirido virtud mágica de exaltación o de exorcismo (...) Nuestras palabras clave se han agujereado, se han vuelto ciegas y cegadoras. Creíamos que iluminaban la naturaleza de la realidad social y política; descubrimos que nos la camuflaban (...) Pues bien, las palabras no son lo real. Traducen lo real por mediación de las ideas. El problema de las palabras remite, pues, al de las relaciones entre las ideas y lo real” (Morin, 1981: 64-65). En tal sentido, los ideales de *Libertad* y *Democracia* que reivindico son el del reconocimiento y expresión de la diversidad cultural del país, el de la diversidad y respeto a la pluralidad ideológica y política, el de la necesaria disidencia con fundamento en la razón, el de la garantía de información plural... De lo contrario entramos en una realidad de país que se va pareciendo cada

GRÁFICO 3
VISIÓN DEL PAÍS



vez más a todo lo que hemos venido negando como realidad de país y de sociedad.

El poeta Rafael Cadenas nos ofrecía en el año 2001 un extraordinario texto *Sobre la barbarie* en la que se explayaba sobre el sentido y los sentidos que encierra ese término convertido, en muchas partes del planeta tierra, tanto antes como ahora, en una realidad. No se trata, de nuestra parte, de cerrar con sentido apocalíptico, pero como decía Humberto Eco en alguna parte: “Estos son hechos, nos gusten o no, y los hechos son tales precisamente porque son independientes de nuestras preferencias”. Así, escribía Cadenas:

Después de este recorrido es natural preguntarse hoy, en el umbral del siglo XXI, qué se puede hacer ante la barbarie, y no creo que haya una respuesta definitiva. Hay quienes piensan que es posible un cambio de mentalidad que no se quede en la superficie, en el nivel de las ideas. Lo que hemos vivido en esta época basta para desengañarlos. Ya sabemos que el hombre nuevo de que se ufana el país socialista modelo no era tal, seguía siendo el hombre de siempre con el agravante de estar privado de libertad, aterrado por el *big brother*, aplastado por el leviatán totalitario, luego el Partido, y su líder, el nuevo dios quien había decidido que representaba al pueblo, la revolución, la historia, el futuro, la verdad, el paraíso y era el único que en realidad hablaba; a los demás sólo les correspondía oír porque habían perdido el idioma. Semejantes encarnaciones son funestas. El hombre nuevo era, pues, un ser mutilado que ni podía sacar del pecho su voz.

Es evidente que todas las revoluciones han sido un fracaso, además con un costo incalculable de sangre, pero todavía hay personas, casi siempre generosas, que creen en la de nuestro tiempo. Tal vez piensan que la próxima será distinta, que la libertad será preservada, que se evitarán los errores cometidos por las anteriores, y por fin las mañanas cantarán, pero de hecho lo que hacen es perder el presente, el otro nombre de la vida, sacrificándolo en nombre de una fantasmagórica tierra. Podrían optar por la evolución, pero ella no es espectacular, no posee rebrillos alucinantes, no se presta para el lucimiento del yo, no brinda muchas ocasiones para los discursos excesivos, no alienta esa *hybris* que los dioses castigan. Es modesta, es prudente, es cívica (2001: 575-576).

■ **Marcelino Bisbal es profesor de la Universidad Católica Andrés Bello. Miembro del consejo de redacción de la revista *Comunicación*.**

Notas:

- 1 Mires, Fernando (2005). *Los diez peligros de la democracia en América Latina*. Texto publicado en el “site” de la revista *Nueva Sociedad*. Web: www.nuevasoc.org.ve. Sección de Intervenciones.
- 2 Ver al respecto la investigación de opinión pública de la empresa Alfredo Keller y Asociados (Consultoría de Asuntos Públicos): *La encrucijada electoral venezolana. Análisis de escenarios políticos de 2006*. Caracas, abril 2006.
- 3 Ver al respecto la investigación de opinión pública de la empresa Hinterlaces-Branding, Marketing, Communications: *Monitor Socio-Político. Tendencias y Coyunturas. 11 investigación*. Caracas, mayo 2006.

Bibliografía

- Boladeras, Cucurella (2001). “La opinión pública en Habermas”, en la revista *Anàlisi*, No. 26, 2001. Editada por el Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- Cabrujas, José Ignacio (1987). “El Estado del disimulo”, en VARIOS AUTORES (1987). *Heterodoxia y Estado*. Ediciones de la Comisión Presidencial para la Reforma del Estado. Venezuela.
- Cadenas, Rafael (2001). “Sobre la barbarie”, en VARIOS AUTORES (2001). *Venezuela siglo XX. Visiones y testimonios. Libro 2*. Editado por la Fundación Polar. Venezuela.
- Esté, Aquiles (2006). “El nacionalismo se rediseña en la paradoja. Patriotero es el logo”, en la revista *Veintiuno*. Revista editada por la Fundación Bigott, año 3, No. 11, junio-julio/2006. Venezuela.
- Habermas, J (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gili. España.
- Habermas, J (1998). *Facticidad y validez*. Editorial Trotta. España.
- Marías, Julián (2001). *Ser español. Ideas y creencias en el mundo hispánico*. Editorial Planeta. España.
- Martín-Barbero, Jesús (2001). “Colombia: ausencia de relato y desubicaciones de lo nacional”, en VARIOS AUTORES (2001). *Imaginario de nación*. Editado por el Ministerio de la Cultura de Colombia. Colombia.
- Mires, Fernando (2005). *Los diez peligros de la democracia en América Latina*. Texto publicado en el “site” de la revista *Nueva Sociedad*. Web: www.nuevasoc.org.ve. Sección de Intervenciones.
- Morin, Edgar (1981). *Para salir del siglo XX*. Editorial Kairós. España.
- Revista *SIC* (2005). “La toma total del poder ¿es el mejor camino?”, en la revista *SIC*, No. 675, junio 2005, año LXVIII. Editada por el Centro Gumilla. Venezuela.
- Sarlo, Beatriz (2001). “Ser argentino: ya nada será igual”, en VARIOS AUTORES (2001). *Imaginario de nación*. Editado por el Ministerio de la Cultura de Colombia. Colombia.
- Vázquez, Rodolfo (2003). *¿Qué es el Estado de derecho? Un punto de vista liberal*. Editado por el Instituto Tecnológico Autónomo de México. México.

El contexto electoral latinoamericano está marcado por los procesos de reelección de los cargos públicos de los ejecutivos nacionales, regionales y locales. La consideración de los parámetros de equidad para la participación en los procesos electorales está atravesada por la necesidad de regular el financiamiento electoral y por tanto las posibilidades los distintos candidatos para exponerse en la esfera pública. Consideraciones que deben incluir los mecanismos directos e indirectos, a los efectos de garantizar las condiciones paritarias en procesos electorales que se ajusten a los estándares de una sociedad democrática.

Los instrumentos internacionales en el sistema interamericano, consideran que las elecciones, limpias y transparentes, son un componente insustituible de una democracia. Las consideraciones recientes caracterizan a este elemento como imprescindible, pero no suficiente. La Carta Democrática Interamericana, impulsada de modo sustancial por parte del gobierno peruano posterior al derrumbe del régimen de Alberto Fujimori, fue aprobada en Lima, el 11 de septiembre de 2001. En su artículo 3 se caracteriza a la propia democracia:

Son elementos esenciales de la democracia representativa, entre otros, el respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales; el acceso al poder y su ejercicio con sujeción al estado de derecho; la celebración de elecciones periódicas, libres, justas y basadas en el sufragio universal y secreto como expresión de la soberanía del pueblo; el régimen plural de partidos y organizaciones políticas; y la separación e independencia de los poderes públicos¹.

Una de las características que se indican incluyen un adjetivo para los procesos electorales: justas. En el artículo 5, se profundiza el contenido de este elemento para constituirlo en un elemento sustantivo para las democracias de la región.

El fortalecimiento de los partidos y de otras organizaciones políticas es prioritario para la democracia. Se deberá prestar atención especial a la problemática derivada de los altos costos de las campañas electorales y al establecimiento de un régimen equilibrado y transparente de financiación de sus actividades².

La Carta Democrática expresa, en el derecho internacional público, los principales cambios que se produjeron en la región. De un contexto de dictaduras militares se pasó a regímenes de origen democrático, mediante elecciones periódicas. Se dio inicio a un proceso de complejidad que

Las campañas electorales

Reelección y regulaciones

En este artículo se pasa revista a los marcos regulatorios de las campañas electorales en diversos países de la región, con especial énfasis en los aspectos que controlan la participación presidencial en procesos de reelección, tales como la ocurrida en Colombia, en mayor de este año, o como la que puede ocurrir en Venezuela en diciembre próximo

■ Carlos Correa

derivó en la necesidad de ajustar las legislaciones nacionales para intentar superar la formalidad de las elecciones. Mientras las elites y los procesos asociados al ejercicio del poder relevaban nuevas formas que permitían mantener las formas pero vaciadas de su sustantivo fundamento.

La democracia y su progresiva ampliación social, está atravesada por el contexto específico en cada país. Pese a ello, en la región encontramos una tendencia fuerte a permitir los procesos de reelección en los cargos asociados al ejecutivo en la diversidad de sus instancias. Ello implicaba en algunos casos el fortalecimiento de las garantías para que se permitieran unas elecciones justas y superar las reservas asociadas a la tradición militar que permitió sucesivas reelecciones de los gobernantes autoritarios. Las respuestas de las sociedades están estrechamente vinculadas a las posibilidades de construir contrapesos institucionales en cada contexto. Así los países con colapsos institucionales y de partidos, tuvieron menores posibilidades de ofrecer garantías a los sectores de oposición.

Los fundamentos y las tendencias

La teoría política y su vertiente electoral caracterizan las principales condiciones que deben garantizarse para que proceso de elecciones alcance con justicia el fundamento en una sociedad democrática:

- 1.- Igualdad o equidad en las posibilidades materiales para todos los contendientes en la veeduría del proceso electoral;
- 2.- Protección para las candidaturas de las minorías;
- 3.- Proporcionalidad en la distribución del financiamiento estatal; de acuerdo al caudal electoral de cada grupo político;
- 4.- Transparencia y facilitar el control ciudadano de la actividad político electoral; mediante auditorías y mayor publicidad de los actos electorales.

Las campañas electorales son procesos complejos que incluyen una diversidad de erogaciones a los efectos de lograr que los mensajes y propuestas puedan ser apreciados por el electorado, movilizar a los electores y acompañar el proceso de escrutinio. De allí que las sociedades, con contrapesos institucionales, cuidan estos aspectos con el objeto de permitir elecciones justas; es decir que permitan una aproximación a los electores de la diversidad de propuestas y proyectos políticos.

Las principales tendencias que se observan en la región incluyen:

1. La necesidad de la financiación estatal parcial para constituir un sistema

mixto de financiamiento (público y privado);

2. Imponer límites a la financiación privada; especialmente las donaciones de personas jurídicas;
3. Reducción a la duración de las campañas y límites a los gastos de campaña;
4. Control a la propaganda política en los medios masivos de comunicación. Se procura un acceso a los medios en condiciones de igualdad;
5. Obligar a proporcionar la identidad de los donantes;
6. Que los gastos de los partidos sean públicos y auditados; incluyendo un régimen de sanciones;
7. Transporte el día de las elecciones; un factor que puede favorecer la asimetría entre los candidatos;
8. Evitar el riesgo de los recursos financieros extranjeros en el contexto electoral³

La regulación venezolana

En la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, aprobada en 1999, se contempla la prohibición del financiamiento público de las asociaciones con fines políticos (en la CRBV no se utiliza la acepción partido político) y con ello se consagra la exclusiva financiación privada de los partidos políticos. Así está establecido en el artículo 67 constitucional:

Todos los ciudadanos y ciudadanas tienen el derecho de asociarse con fines políticos, mediante métodos democráticos de organización, funcionamiento y dirección. Sus organismos de dirección y sus candidatos o candidatas a cargos de elección popular serán seleccionados o seleccionadas en elecciones internas con la participación de sus integrantes. No se permitirá el financiamiento de las asociaciones con fines políticos con fondos provenientes del Estado

La ley regulará lo concerniente al financiamiento y las contribuciones privadas de las organizaciones con fines políticos, y los mecanismos de control que aseguren la pulcritud en el origen y manejo de las mismas. Así mismo regulará las campañas políticas y electorales, su duración y límites de gastos propendiendo a su democratización.

Los ciudadanos y ciudadanas, por iniciativa propia, y las asociaciones con fines políticos, tienen derecho a concurrir a los procesos electorales postulando candidatos y candidatas. El financiamiento de la propaganda política y de las campañas electorales será regulado por la ley. Las direcciones de las asociaciones con fines políticos no podrán contratar con entidades del sector público.

En este contexto la regulación de los fondos, recursos y capacidades del candidato a la reelección tiene vital importancia para garantizar un proceso electoral realmente competitivo y deslastrar el ventajismo que implica el aprovechamiento de los recursos estatales (medios, transporte, gastos de promoción y publicidad). Esta aseveración es válida también para los candidatos a la reelección de alcaldes y gobernadores que en ocasiones hacen un uso abusivo de la publicidad y recursos públicos para alentar su candidatura.

En la situación venezolana, caracterizada por el colapso de los partidos políticos, las posibilidades de la emergencia de opciones electorales implican un esfuerzo competitivo de enormes proporciones para los candidatos que estén alejados de la esfera del gobierno ejecutivo. La imposibilidad de este esfuerzo, implica la negación de las garantías para una participación política de la diversidad de identidad presentes en la sociedad venezolana. En la construcción de estas posibilidades está en juego, también, la negación o no de la oposición legítima al proyecto de gobierno actual. En el fondo, este y otros elementos concurrentes, pueden contribuir al despliegue de una crisis en las garantías electorales y por ende de la participación política.

La reelección presidencial en Latinoamérica

En el contexto latinoamericano existe una variedad de normas acerca de la posibilidad de la reelección presidencial. La mayor restricción es la que prohíbe expresamente la posibilidad de reelegirse en cualquier circunstancia y tiempo. En otros casos se permite una vez transcurrido al menos un período de otro presidente (este era el caso venezolano hasta 1999) y por último el menos restrictivo es el que está asociado a la posibilidad de mantenerse, previa elección, durante dos períodos consecutivos.

En el último tiempo, desde 1978 a 2005, diez países modificaron sus normas para permitir la reelección presidencial consecutiva. Argentina, Brasil, Perú y Venezuela pasaron de permitir la reelección después de un mandato intermedio de otra persona a permitir la reelección inmediata por un período. Ecuador, permitió la reelección después un período. Costa Rica la permitió después de transcurridos dos períodos. En República Dominicana se prohibió la reelección inmediata en el año 1994 y en el año 2004 se volvió a per-

mitir. Mientras que en Paraguay y Nicaragua, países donde se permitía la reelección inmediata, se pasó a una restricción total (Paraguay) y a permitirse luego de un período presidencial (Nicaragua). Mientras que en Colombia, se adoptó un enfoque restrictivo en la reforma de 1991, cuando la prohibió totalmente y en el año 2004 adopta la posibilidad de la reelección inmediata.

En resumen la legislación latinoamericana es claramente favorable a la reelección: 14 de 18 países la permiten. Sólo en 5 (Argentina, Brasil, Colombia, Venezuela y República Dominicana) de los 14 es permitida de modo consecutivo y en los otros 9 (Bolivia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Perú y Uruguay) debe haber transcurrido al menos un mandato presidencial. En los otros 4 países (Guatemala, Honduras, México y Paraguay) la reelección está totalmente vedada⁴.

Las regulaciones en Colombia y Brasil

En algunos países como Colombia y Brasil la reelección presidencial se acompañó con regulaciones estrictas a los efectos de garantizar la equidad en el acceso a los recursos financieros y de cualquier otra naturaleza asociadas a la campaña electoral.

La reforma constitucional que permitió la reelección inmediata del Presidente de la República en Colombia se acompañó con un debate vigoroso acerca de la participación del candidato - Presidente en la contienda, sin ventajismos ni abuso de poder frente a sus contendores. Todo ello condujo a la aprobación, por parte del Congreso, en junio de 2005, de una Ley de Garantías Electorales. Esta legislación establece las normas para la participación del presidente en la campaña electoral.

La ley establece entre varios aspectos importantes, así durante los cuatro (4) meses anteriores a la fecha de votación en primera vuelta, y hasta la realización de la segunda vuelta, si fuere el caso, el candidato que ejerce la Presidencia o la Vicepresidencia de la República no podrá:

1. Asistir a actos de inauguración de obras públicas.
2. Entregar personalmente recursos o bienes estatales, o cualquier otra suma de dinero proveniente del erario público o producto de donaciones de terceros al Gobierno Nacional.

3. Referirse a los demás candidatos o movimientos políticos en sus disertaciones o presentaciones públicas, como Jefe de Estado o de gobierno.

4. Utilizar o incluir la imagen, símbolos o consignas de su campaña presidencial en la publicidad del gobierno.

5. Utilizar bienes del Estado, diferentes a aquellos destinados a su seguridad personal, en actividades de su campaña presidencial.

6. La nómina del Estado estará congelada desde seis meses antes de la primera vuelta, y prohíbe a los funcionarios públicos participar en los actos políticos.

Por otra parte en Brasil, mediante la resolución 022261 del 29 de junio de 2006 del tribunal Superior Electoral de Brasil se establece que:

1. El inquilino de la residencia oficial podrá, en su interior, registrar los mensajes para la propaganda electoral, desde entonces que si él uso de imágenes externas no hace a local o que él si se relaciona

2. En el año en el cual se realiza la elección, se prohíbe la distribución gratuita de bienes, valores o ventajas de parte de la administración pública, a menos que en los casos de la calamidad pública, estado de la emergencia o programas sociales autorizados en ley y ya en la ejecución presupuestaria en el ejercicio anterior, casos donde estará capaz el servicio público del procesamiento de promover el acompañamiento de su ejecución financiera y administrativa

3. La publicidad de los actos, de los programas, de los ejecutores de los servicios y de las campañas de las agencias públicas debe tener carácter educativo, informativo o de la orientación social, de ella que no puede consistir los nombres, de los símbolos o de las imágenes que la promoción personal de autoridades o de servidores públicos caracteriza

4. Está prohibido a los candidatos en posiciones del Ejecutivo a participar, en los tres meses que preceder a la elección, en inauguraciones de trabajos públicos.

En estas dos legislaciones se observa la importancia que la presencia de los medios masivos de comunicación tienen las actividades de los presidentes y por ello se

procura la limitación de su exhibición para evitar su asociación en la campaña electoral. Ello porque los candidatos a la reelección pueden reservar interesadamente los tres meses de campañas para una intensiva agenda de inauguraciones de obras o eventos públicos de otra naturaleza y con ello competir con ventaja en las elecciones. Del mismo modo se suspenden los programas de radio y/o televisión regulares que tienen los funcionarios; fenómeno que se observa en los tres países: Colombia, Brasil y Venezuela.

El financiamiento y el acceso a los medios de comunicación son componentes sustantivos para caracterizar o no un proceso electoral como justo. De hecho estos componentes son imprescindibles para las misiones de observación internacionales que se despliegan en las jornadas electorales de cualquier lugar en el mundo. De hecho en el caso venezolano se estudió profusamente el comportamiento y posiciones de los medios públicos y privadas en el proceso de referendo revocatorio del 15 de agosto de 2004.

Esta situación es de mayor importancia para la situación venezolana, dada la ausencia en la normativa vigente de la posibilidad de financiamiento público en las campañas electorales. Esta norma exige un cumplimiento estricto de regulaciones para evitar que los ingentes recursos de los que disponen los candidatos funcionarios se conviertan en un ventajismo insalvable. Esta situación no es nueva, se produjo en muchas situaciones y procesos electorales anteriores, la principal diferencia esta vinculada a la ausencia del financiamiento público desde la aprobación de la CRBV en 1999.

Adicionalmente un déficit sustantivo del modelo electoral venezolano es la ausencia de rendición de cuentas, de modo oportuno y expedito, por parte de los distintos candidatos y partidos políticos acerca del origen y gastos de sus campañas electorales. Tendencia que se acentúa en la actualidad por los temores de los financistas en torno a posibles repercusiones en el ámbito de sus empresas, en el caso de la oposición; o el temor ante el escrutinio ciudadano derivado del uso de los fondos públicos en el caso de los funcionarios candidatos.

La ausencia de regulaciones, mecanismos de control débiles y ausencia de sanciones; pueden traducirse en proceso electoral que distaría mucho de asociarse con el contenido y sustento del derecho a elegir y a ser elegido. Las garantías a los sectores de oposición y minoritarios son relevantes para una sociedad que aspire a la solución

pacífica de sus diferencias; dotarse de una institucionalidad con contrapesos y una vida democrática.

La ausencia de financiamiento público para los sectores de la oposición junto con la discrecionalidad en el uso de los recursos del Estado puede constituirse en un componente relevante para deslegitimar socialmente los procesos electorales. Ello conspira contra la posibilidad de actos electorales cargados de la significación y relevancia que se le otorga en el derecho internacional público. Los signos regulatorios en Brasil y Colombia, hablan de una estructura institucional fortalecida y la ausencia de normas parecidas en Venezuela, suma signos al colapso de los contrapesos en el sistema político institucional venezolano.

■ **Carlos Correa es investigador en la Universidad Católica Andrés Bello y miembro del consejo de redacción de la revista *Comunicación*.**

Citas

- 1 Organización de Estados Americanos (OEA). Carta Democrática Interamericana. Firmada en Lima, Perú, 11 de septiembre de 2001. En: http://www.oas.org/OASpage/esp/Documentos/Carta_Democratica.htm [Consulta: 5 de julio de 2006].
- 1 Organización de Estados Americanos (OEA). Carta Democrática Interamericana. Firmada en Lima, Perú, 11 de septiembre de 2001. En: http://www.oas.org/OASpage/esp/Documentos/Carta_Democratica.htm [Consulta: 5 de julio de 2006].
- 2 GARCÍA LAGUARDIA, Jorge Mario (2000, septiembre/diciembre). Dinero y política. La cuadratura del círculo de la democracia en América Latina en Boletín Mexicano de Derecho Comparado, Nueva Serie Año XXXIII, Número 99 Septiembre-Diciembre 2000, pp 1055 - 1083
- 3 ZOVATTO, Daniel (2005). La reforma político electoral en América Latina Evolución, situación actual y tendencias 1978-2005. Documento mimeografiado.

Balance electoral 2006

La consolidación del personalismo presidencialista

No parece haber dudas de que el proceso electoral que Colombia acaba de experimentar, entre las elecciones parlamentarias del 12 de marzo y las elecciones presidenciales del 28 de mayo pasado, un interesante fenómeno, una particular forma de transformación del sistema político colombiano

■ **Pedro Medellín Torres**

■ **Omar Salinas Villamizar**

Aunque los comicios que conformaron el próximo Congreso de la República parecieron ser la concreción de la reforma política de 2003 en la medida en que lograron cambiar, en parte, la forma de hacer política en el parlamento así no haya transformado del todo las prácticas electorales, el escenario de análisis ha sido otro con la aparición de los resultados de las elecciones presidenciales. Ahora podemos hablar de que las transformaciones de ese primer momento fueron revertidas en alguna medida y, como consecuencia de ello, el régimen político colombiano acentúa a la primacía del presidencialismo sobre otros poderes y asiste a la consolidación del personalismo político como uno de sus rasgos más distintivos.

Primer escenario: Las elecciones parlamentarias

El Acto Legislativo ? 1 de 2003, conocido como Reforma Política, constituye el marco legal que sirve como referencia si se quiere observar lo sucedido el pasado 12 de marzo. Con la conformación de estas nuevas reglas

de juego electoral, los movimientos y partidos políticos estaban obligados a llevar a cabo su ejercicio político sólo a través de su naturaleza colectiva, es decir, tal y como movimientos o partidos políticos y no de manera individual, fragmentada y personalizada, con la intención de que la democracia colombiana se encaminara hacia la conformación de partidos políticos fuertes, en detrimento de la dispersión de movimientos políticos muy pequeños que privilegian los proyectos personalistas y las empresas electorales. De esta manera, quienes se presentaron a la contienda lo hicieron obedeciendo a tres elementos concretos dentro de la reforma política:

En primer lugar, la obligación a los candidatos para que se presentaran a la contienda electoral como miembros de una lista avalada por un movimiento o partido político, generando procesos de debate político y democratización interna en esas organizaciones. Como segunda medida, mantenía la cohesión dentro de cada partido y su fortalecimiento, en la medida en que obliga a cada uno de ellos a obtener un mínimo de votación para mantener su supervivencia política, conocido este mínimo de sufragios como umbral. Y en tercer lugar, el uso de la cifra repartidora se activa como un mecanismo que premia la capacidad de movilización y acción política y electoral de los partidos y movimientos y que, por lo tanto, hace más fuertes a los más grandes y organizados, al propiciar la distribución de curules en función del total de votos obtenidos.

Como resultado de la Reforma Política de 2003 se presenció un cambio significativo en la forma de hacer política en Colombia. El Acto Legislativo obligó la agrupación de los movimientos y partidos políticos para el ejercicio de la política electoral: sólo 20 partidos de los 64 inscritos, pasaron el umbral. Y eso significó que, de entrada, desaparecieron 44 partidos o movimientos políticos. Los movimientos de corte personalista, como por ejemplo el de los ex alcaldes Enrique Peñalosa y Antanas Mockus y del parlamentario Carlos Moreno de Caro sufrieron una dura derrota y que-

daron prácticamente condenados a desaparecer como organizaciones políticas. Adicionalmente, en términos del resultado, la cifra repartidora marcó una diferencia, todavía mayor, entre los grandes partidos tradicionales y los nuevos partidos y movimientos consolidando su intención de premiar a los más fuertes y más organizados.

Son muchos los elementos que indican la clara tendencia al cambio en la política. Además de la evidente derrota de los proyectos electorales, hay otro elemento que muestra un cambio interesante: Más de un millón 630 mil colombianos que optaron por listas con voto preferente, votaron únicamente por la lista y no por un candidato en particular. En ese sentido se expresaron, por ejemplo, el 23.4% de los votantes del Partido de la U, que significó más de 385 mil votos; el 20.7% de los votantes del Polo Democrático, que representaron más de 190 mil votos. Todo esto pues constituye una muy importante ganancia para el ejercicio de la política en el país.

Los resultados obtenidos en las pasadas elecciones parlamentarias y la manera como esos resultados se expresaron en los distintos partidos y movimientos, permiten afirmar que Colombia está ante un proceso de cambio que comienza con la definición de los primeros rasgos de estructuración y organización partidista. Se trata, de uno de los más importantes elementos que caracterizan la existencia de un sistema de partidos en un régimen político y que en Colombia habíamos perdido hace varias décadas.

No obstante, pese a las intenciones de cambio que trajo consigo la Reforma Política, buena parte de las prácticas políticas tradicionales, personalistas y de corte clientelar mantuvieron su vitalidad política por cuenta de una crucial figura que el acto legislativo contenía: el voto preferente. Se trata de un mecanismo en el que el elector podía escoger al candidato de su preferencia cuando votaba por una lista en particular. De modo que, si bien es cierto que con la reforma los distintos candidatos no sólo estaban obligados a agruparse y actuar de manera organizada, también lo era que

el voto preferente le permitía mantener amarradas a sus clientelas políticas e individualizadas, a los electorados.

La competencia individual, inducida por el voto preferente, permitió mantener, además, los márgenes de maniobra que tienen los gobiernos para comprar los votos de los legisladores. Si un político quería hacerse reelegir, necesitaba de los aportes o el apoyo del gobierno para asegurar su reelección (aprobar partidas que aseguren una inversión en vías, otra en vivienda, otra en empleo, etc.) Y en este sentido, tuvo una importancia crucial para los aspirantes a senadores y representantes que obtuvieron el apoyo abierto y decidido del Presidente Uribe en su aspiración electoral.

Finalmente, la combinación entre el voto preferente y la obligación a cada partido de obtener un umbral para existir, exigía a los candidatos a mantener un esfuerzo de financiación, publicidad y movilización de votantes altamente significativa. De esta manera, se privilegió la continuidad de los cacicazgos territoriales y se reprodujeron las formas viciadas de elección popular, frente a las cuales, el voto preferente terminó por favorecer las lealtades hacia los amigos más cercanos y no las lealtades hacia los partidos políticos.

De esta manera, el primer escenario de la transformación del sistema político colombiano que se habría producido gracias al proceso electoral de este primer semestre da cuenta de que cambiaron las formas de hacer política, sin que hayan cambiado las prácticas electorales. Por otro lado, los resultados de las elecciones parlamentarias dibujaron un escenario político en el cual los movimientos y partidos políticos que apoyaron la reelección del presidente Uribe y que se empeñan en mostrarse a la opinión como fieles a la continuidad de su programa, lograron alcanzar el 70% de la conformación del Senado de la República. De modo que para este momento del proceso, se podía hablar de reestructuración de poderes políticos en Colombia, aduciendo que ahora el Parlamento podría someter la capacidad de maniobra del poder presidencial, es decir, que el presidente Uribe lograría su segundo mandato por cuenta de la participación de las fuerzas políticas uribistas en el congreso y en la escena electoral.

El eccepciones presidenciales: Las transformaciones son reversibles

Aunque los partidos uribistas hayan logrado una mayoría evidente en la conformación

“

Ante la debilidad parlamentaria, Uribe fue en busca de los dirigentes regionales, departamentales y locales; en las gobernaciones, las alcaldías, las asambleas departamentales y en los concejos municipales, para movilizar esa fuerza electoral que no podía ponerse en marcha a través de las maquinarias políticas tradicionales de los parlamentarios

”

del Congreso, su votación tiene dos elementos que hacen dudar de su capital como proyecto político de largo plazo. En primer lugar, buena parte de la conformación de los cuadros electorales de los principales partidos uribistas en el Congreso provienen de ex miembros del Partido Liberal y de sus maquinarias individuales. Y en segundo lugar, de manera aún más relevante, las votaciones por parlamentarios uribistas pierden significativamente potencial electoral, con respecto a sus registros electorales de 2002; así, por ejemplo, de los primeros 30 candidatos del Partido de la U, 12 de ellos, que habían sido candidatos en 2002, pierden más de 280.000 votos con respecto a su anterior resultado electoral.

Así que, esta disminución del potencial electoral uribista en las parlamentarias se constituyó en el primer golpe importante que mostró la debilidad estructural del uribismo como proyecto electoral trascendente. Los resultados mostraron que las capacidades de convocatoria electoral tradicional de los candidatos al legislativo no estaban tan fuertes como se esperaba, de manera que las maquinarias de los partidos uribistas en el congreso no pudieron ser usadas por la campaña del presidente Uribe, el 28 de mayo pasado.

Entonces, ¿qué fue lo que hizo el gobierno para movilizar 7 millones 300

mil votos? La respuesta se puede encontrar, si se observan los resultados de los comicios desde un punto de vista territorial. Los consejos comunales y las “visitas” de alcaldes y gobernadores a Palacio, dieron los resultados. Ante la debilidad parlamentaria, Uribe fue en busca de los dirigentes regionales, departamentales y locales; en las gobernaciones, las alcaldías, las asambleas departamentales y en los concejos municipales, para movilizar esa fuerza electoral que no podía ponerse en marcha a través de las maquinarias políticas tradicionales de los parlamentarios.

A tres semanas de la celebración de las elecciones, se formalizaron los acuerdos entre niveles de gobierno de la rama ejecutiva que, acompañada de una exposición pública del presidente Uribe en los medios de comunicación con una imagen respetuosa de las garantías de la democracia y con un discurso ajeno a la disputa política con los otros candidatos privilegiando la idea de “encontrarse directamente con la comunidad”, garantizaron la reunión y movilización de un capital político suficiente como para vencer en primera vuelta, contundentemente, y sin permitir dudas sobre ese triunfo.

Visto de otro modo, aunque las garantías legales y formales hayan operado, no todos los candidatos tuvieron el mismo acceso a los acuerdos con mandatarios locales y regionales, que en este caso, era donde estaban los votos. No de otro modo se pueden explicar resultados departamentales que indican, por ejemplo, que Uribe logró casi multiplicar por tres su votación de 2002 en el Chocó, o que logró un incremento porcentual de votación entre el 110% y el 140%, teniendo como referente los resultados de ese entonces, en departamentos como Casanare, Vichada, Cesar y Arauca. Ahora, si se pensara que esos departamentos no representan una cantidad considerable de sufragios, sí lo hacen los más de 160.000 votos nuevos que obtiene el presidente en Bogotá, en Cundinamarca y también en Antioquia; así como también son representativos los más de 240.000 votos nuevos que reclutó entre Boyacá, Bolívar y Santander.

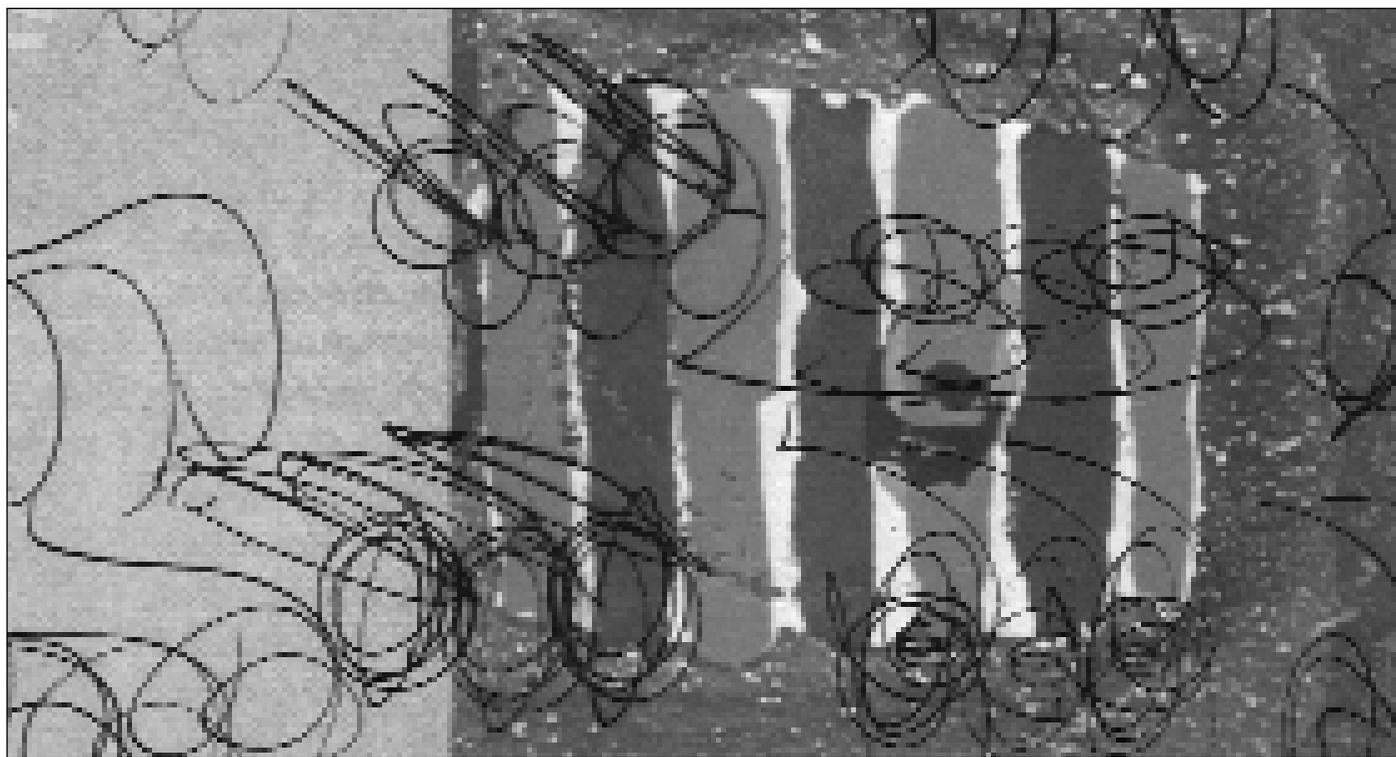
Así las cosas, el triunfo de Primero Colombia en las urnas, la victoria en primera vuelta con un 62%, la consecución por parte del presidente Uribe de 1.500.000 votos más que hace cuatro años y la forma en que, según nuestra apreciación, habrían sido conseguidos, consolidan en el sistema político colombiano una primacía del poder presidencial sobre las demás ramas del poder público y sobre los otros niveles de

gobierno en el plano territorial, tanto, como el control del ejecutivo sobre el Parlamento. En esta misma línea, ha sido una manifestación concreta de ese control, y de la premura por sujetarlo desde Palacio, el hecho de haber nombrado a los líderes de los partidos uribistas en el Congreso como miembros del gabinete, manteniendo a esas figuras bajo el estricto examen del presidente e impidiendo, de paso, una permanente comunicación entre las fuerzas políticas en cuestión y sus principales dirigentes.

Con todo esto, si se trata de hacer un balance de la jornada electoral que conformó al Congreso de la República y que permitió la reelección de Presidente y Vicepresidente de la misma, éste se puede sintetizar en la idea de que el sistema político colombiano ha presenciado una concreción de la preeminencia del presidencialismo que ejerce su poder político sobre otros niveles de gobierno de la rama ejecutiva, así como sobre otras ramas del poder público; y, de manera simultánea, se puede observar el fortalecimiento de la personalización de la política.

Este particular rasgo de nuestra cultura ha visto su consolidación como un elemento estructural que trasciende a las instituciones, a las reformas políticas y que incluso pasa por encima de las maquinarias electorales.

■ **Pedro Medellín Torres es Director y Omar Salinas Villamizar es Investigador, ambos de la Fundación Ortega y Gasset.**



La batalla es simbólica

Uso de la historia en la confrontación política actual

El uso de la historia, especialmente de los héroes nacionales, para la constitución de un proyecto político-ideológico no es nuevo, ni fenómeno exclusivamente venezolano. En realidad es éste un recurso bastante usado en diferentes contextos nacionales y épocas, pero ello no exime de una mirada crítica sobre el fenómeno, especialmente cuando el mismo está conformándose de forma decidida en Venezuela. Tal vez como nunca antes se ha masificado una visión interesada, desde el poder, sobre la historia. En ese antes, por ejemplo en las épocas de Guzmán Blanco (fines del siglo XIX) o de Gómez (inicios del siglo XX), sí hubo expresiones claras en esa línea, pero entonces no existían los medios masivos de ahora, ni en décadas recientes se había dado un uso tan intensivo del espacio radioeléctrico para la transmisión del discurso presidencial, tal como lo hemos vivido en los últimos años

■ Andrés Cañizález

De la simple observación directa deduje que estábamos participando de una guerra de símbolos; que ya el gobierno se había apropiado de Bolívar, o más bien lo había expropiado

El ías Pino Iturrieta

Del uso de la historia

Como es sabido, la historia no resulta un tema neutro en el debate político actual. Eric Hobsbawm, posiblemente el historiador más reconocido con vida de esta época, ha resaltado ese papel político de los historiadores y de la historia en la sociedad contemporánea. Para el autor, esto constituye una metamorfosis en su mirada, pues con anterioridad consideraba a los estudios históricos como políticamente inofensivos, pero asegura que al leer las claves de los nacionalismos y de algunas acciones terroristas que levantan sus banderas en Europa, haciendo referencia permanente al pasado, se ha dado cuenta que existe un imperativo llamado para los historiadores. “La historia es la materia prima de la que se nutren las ideologías nacionalistas, étnicas y fundamentalistas (...) El pasado es factor esencial –quizás el factor más esencial– de dichas ideologías” (Hobsbawm, 1998: 207). A su juicio, dicha realidad obliga a “cumplir su deber como historiadores”, y cabría ampliar tal demanda al conjunto de los académicos, en el sentido de tratar con responsabilidad los hechos históricos, y, lo más importante y retador, “(los historiadores) somos los encargados de criticar todo abuso que se haga de la historia desde una perspectiva política-ideológica” (Hobsbawm, 1998: 207-208).

Para Hobsbawm, “el pasado legitima” y por esa razón la mirada histórica forma parte esencial de los regímenes de corte nacionalista. Para estos, usualmente el caldo de cultivo es un presente que tiene muy poco que celebrar, y entonces se apela al pasado, que –siempre– proporciona un trasfondo más glorioso y heroico. En dicha tarea, de mirar nuevamente lo sucedido pero con el prisma de los fines políticos contemporáneos, el mito y la invención resultan fundamentales. En un mundo de incertidumbre e inestabilidad, se logra que un colectivo social se asuma diferente y mejor que los demás, sus ciudadanos imbuidos por alguna gracia divina. Y si el pasado no resulta tan glorioso, ni los próceres nacionales tan heroicos, finalmente no tiene importancia. Como dice este estudioso europeo, después de todo las ideologías que apelan al nacionalismo y el fundamentalismo “tienen el poder de decidir lo que se incluye o no en los libros de texto” (Hobsbawm, 1998: 208-209).

Centrándonos en el contexto de la Venezuela actual, es evidente que “a partir de 1999, la resemantización y el uso político del pasado y la historia venezolana se ha convertido en un tema nodal para la comprensión de la situación de recomposición política e ideológica que el país experimenta” (Navarrete, 2005: 129). La historia, como titula su artículo Navarrete,

está en la calle, y su presencia está íntimamente ligada a la batalla política actual. No debe obviarse, empero, que “en Venezuela apelar a la historia con fines políticos es una tradición arraigada (...) Mario Briceño Iragorry a mediados del siglo XX advertía que Bolívar estaba metido en todo porque Venezuela se busca a sí misma en el valor de las acciones de quienes forjaron la patria” (González Deluca, 2005: 163). El personaje histórico no es sólo héroe, no sólo se le pone una estatua y punto. Está cargado de emotividad: “En la devoción del pueblo por la figura de Bolívar, sentimiento profundamente arraigado en el alma de los venezolanos, se resumen todas las esperanzas reivindicativas que lo guiaron a enormes sacrificios durante la guerra emancipadora y que al final de la misma, y a través de toda su historia política independiente, ha visto frustradas” (Aguirre y Brito, 1983: 6).

Como tan claramente lo expresara Castro Leiva, la lucha por la independencia y la acción de Bolívar, se convierten en el principal referente histórico; elemento que cohesiona, amalgama y cobija a la sociedad venezolana. De tal forma que la historia patria se confunde con la historia y vida de Bolívar. Nuestro principal héroe pasa a ser la patria misma, y sobre los venezolanos pesa, profundamente, el parricidio cometido: Venezuela (madre) tiene a su padre (Bolívar) que muere sacrificado (mártir) por el desprecio o ingratitud de sus hijos (Castro Leiva, 2005). Reforzando tal observación, y tras analizar el contexto del bicentenario del natalicio, Jesús María Aguirre y Berta Brito coincidían en aseverar que “la figura de Bolívar es arquetípica en un doble sentido: se propone su imagen como tipo supremo de humanidad, prototipo ideal de venezolanidad, y también es símbolo primordial de Padre de la Patria, ya depositado en el psiquismo venezolano, funda nuestro ser e indica a nuestra vida imaginaria como sus hijos sus caminos particulares” (Aguirre y Brito, 1983: 8). Entonces, la adopción simbólica de Bolívar por parte del presidente Chávez, y su proyecto político, no es algo que haya sido de su particular invención. Al contrario, el jefe de Estado, formado en el mundo del ejército venezolano, cuerpo que ha bebido de la exaltación del mito bolivariano, es precisamente producto y no causa. A partir de un terreno abonado para el uso de la historia, como parte de la cultura política nacional, entonces sí comienza a cimentarse una apropiación con fines claramente político-ideológicos. Lo cual tampoco es nuevo: “El tema de la utilización del mito bolivariano rebasa el interés coyuntural del bicen-

tenario, para convertirse en uno de los ejes primordiales de la discusión sobre identidad nacional y los proyectos e ideologías políticas vigentes en el país” (Aguirre y Brito, 1983: 9).

El discurso presidencial nos remite con mucha frecuencia al período independentista. No podía ser de otro modo, es sobre éste que “se produce la exaltación del pasado en su forma más hiperbólica, obviamente vinculada con el período de conformación del Estado nacional”. Es sobre la gesta de independencia “que el presente construye su panteón de héroes, su saga de hazañas admirables, su compendio de virtudes nacionales, su glosario de moral y cívica” (Navarrete, 2005: 133). Si bien existen posiciones contrapuestas al respecto, podría decirse que veníamos de un período en el cual la historia no ocupaba lugar emblemático en el discurso político, con excepción –evidentemente– de las fechas patrias tradicionales. Hoy asistimos no sólo a la conmemoración de lo ya sabido, vuelto a contar por el presidente Chávez, sino que éste ha impulsado lo que podría ser un nuevo calendario de celebraciones patrióticas, rescatando y reinterpretando hechos y figuras del siglo XIX. Con la llegada del presidente Chávez al poder “comenzamos a presenciar una saturación de simbologías sobre el pasado, una batalla sobre la base de valoraciones históricas capaces de dar sentido a los proyectos políticos presentes” (Navarrete, 2005: 133).

En tanto, para algunos estudiosos existe una clara relación entre el uso de la historia como parte del discurso político y escenarios en los que se juzga “mayor la resistencia social o la necesidad de aprobación (...) podríamos decir que las épocas de alto nivel de tensión política tienden a ser también aquellas en que el discurso político echa mano con más frecuencia del referente histórico en apoyo de sus necesidades de persuasión” (González Deluca, 2005: 164). Para Elías Pino Iturrieta, ha habido tres personalidades de nuestra historia responsables de haber reforzado el culto a Bolívar: a) José Antonio Páez, quien en 1842 decide traer de vuelta los restos de Bolívar; b) Antonio Guzmán Blanco, quien en 1874 establece el Panteón Nacional en la antigua Iglesia de la Santísima Trinidad. Bolívar pasa a ocupar el lugar de su Divina Majestad. El mandatario busca establecer nexos entre el movimiento de la “Regeneración” y la gesta independentista de Bolívar. Se construye la Plaza Bolívar en 1874, y deposita ahí un ejemplar del Acta de Independencia y una medalla con el busto del prócer; c) Hugo Chávez, quien en 1999, a través de la creación de un nuevo texto constitucional, pro-

mueve el cambio de nombre a República Bolivariana de Venezuela (Pino Iturrieta, 2003: 27). Tampoco debe obviarse que en sus 27 años de gobierno personalista, Juan Vicente Gómez bebió del mito bolivariano a la par que lo alimentó.

Historia para las transformaciones de hoy

El discurso del cambio, de la transformación social, parece estar presente en todo proyecto político. Desde la llegada al poder del presidente Chávez en 1999, con un triunfo que precisamente resaltaba la necesidad del cambio, y teniendo como resultado la mayor transformación político-institucional en las últimas décadas, se ha enfatizado un discurso que presenta a la historia patria como fuente de inspiración del proceso actual. En la historiografía venezolana “los cambios históricos no siempre se plantean como resultado de una gestión institucional o colectiva. Históricamente, los fuertes protagonismos que han caracterizado la política venezolana inclinan la interpretación de los cambios históricos a resaltar la acción individual, a veces de manera absoluta” (González Deluca, 2005: 166-167). En tal sentido, no debe sorprendernos que desde 1999 se potencie la figura personal del presidente Chávez, y se entienda que en el actual proceso una persona tiene un peso determinante en los acontecimientos. Para que ello suceda, obviamente, debe estar presente como correlato una acelerado proceso de des-institucionalización, pero ello sería motivo de otro análisis.

Para la defensa de su proyecto político, y de las decisiones y transformaciones que de éste emanan, “el movimiento bolivariano traza sus fundamentos ideológicos a partir de un imaginario del pasado histórico, en el que caben los mitos heroicos y de redención que refuerzan las identificaciones, los demonios que simbolizan los elementos canchalescos y malignos del pasado y del presente” (González Deluca, 2005: 171). De tal forma, que en el discurso se presenta una lucha sin cuartel, de carácter histórica contra la oligarquía. Según el presidente Chávez, “la oligarquía es el demonio que sepultó en el baro las banderas de Bolívar, que ordenó su asesinato, que asesinó a Sucre, que expulsó a Simón Rodríguez y a Manuela Saenz, que traicionó el sueño de Bolívar, de Miranda, de Sucre, que luego asesinó a Zamora, que creció en la Venezuela traicionada hasta la década final del siglo XX” (González Deluca, 2005: 172). El mensaje

es claro, los oligarcas de ayer, que hundieron a Bolívar, acallaron un proyecto bolivariano durante más de un siglo, hasta 1999.

En esta redefinición histórica que hace el movimiento político del presidente Chávez, se asume “la heroicidad del siglo XIX con la heroicidad del siglo XX, enmarcado todo en la noción de sacrificio, de esfuerzo en ambas coyunturas de acción histórica”. Al insertar tal redefinición de nuestro pasado, en un discurso y una práctica política que precisamente habla de transformaciones profundas, “esta identificación se explica como un mecanismo que busca construir un nuevo elemento a través del cual se funde una forma de socialidad política que sustituya a las acciones que fueron implementadas durante la segunda mitad del siglo XX en Venezuela”, en ese contexto se tuvo “como institución base para el logro de la cohesión social al partido político y los líderes estructurados en torno a ellos” (Romero, 2005: 227).

En un discurso que de forma permanente exalta las virtudes del pueblo venezolano, puede parecer disonante adjudicar un excesivo protagonismo personal, que termine borrando el carácter colectivo que por ejemplo tiene una gesta de independencia nacional, como la que se desarrolló en el siglo XIX. “En la visión de la historia determinada por individualidades heroicas que adquieren categorías de mitos, el pueblo es el telón de fondo, es la fuerza inorgánica que sigue al caudillo, casi siempre militar, a quien reconoce como el intérprete y quien da forma a sus aspiraciones” (González Deluca, 2005: 172). El regreso al poder de un militar en Venezuela, con un fuerte acento personalista en su gestión, y con respaldo popular, puede ser una combinación contemporánea que se conecta simbólicamente con esa interpretación de lo que ha ocurrido en el pasado nacional.

Cabe recordar, que a mediados del siglo XIX en Venezuela, figuras importantes de la política y de la intelectualidad clamaban por la aparición del “salvador nacional”, que si bien no incidió en un desarrollo teórico significativo, terminó dando piso político a los gobiernos personalistas de fines del siglo XIX e inicios del XX (Plaza, 2001: 12). Esta figura, igualmente mitificada, para resolver la crisis y “refundar la república” debía tener “cualidades excepcionales: valentía, entereza, moral, capacidad para conducir al pueblo y un gran amor hacia éste: era capaz de morir por él” (Plaza, 2001: 12-13). Siglo y medio después de que se reclamaba tal figura en el país, el presidente Chávez parece cumplir con tales condiciones.

“

No sólo se usan lugares históricos para los actos oficiales, el presidente Chávez de forma muy exitosa ha reivindicado momentos históricos, batallas especialmente, y los ha insertado no sólo en términos de discurso, sino de táctica política en la actualidad

”

Para muchos de sus actos el presidente Chávez escoge lugares históricos o simbólicos. “El discurso trabaja en pocas palabras la articulación pasado-presente. Primero destaca el espacio físico común que vincula a los convocados con la gesta heroica del siglo XIX: por aquí pasaron los héroes, estamos en el mismo sitio” (González Deluca, 2005: 173); pero la conexión no se queda allí, estática. Debido a que la batalla política actual se conecta con la gesta nacional del pasado, “el segundo elemento de enlace tiene que ver con el significado del acto. Los héroes del siglo XIX no pudieron concretar el proyecto, fueron vencidos por la oligarquía. Pero llegó la hora, allí donde ellos fueron derrotados *nosotros no podemos fallar*” (González Deluca, 2005: 173). Al darle continuidad, en su proyecto de hoy, a lo que hicieron los héroes del siglo XIX, el presidente Chávez busca darle un piso de legitimidad. Legitimidad que resulta imprescindible cuando se tiene un partido político desdibujado, que le da poco o ningún sustento político-ideológico, y cuando el grueso de sus colaboradores más cercanos proviene de las Fuerzas Armadas Nacionales, institución que como ninguna otra ha exaltado tradicionalmente el mito de Bolívar, como padre de la patria.

Del mismo modo existe un evidente rédito político en todo este proceso, pues

que cuando el discurso presidencial plantea que “hay una continuidad histórica entre el ejército libertador del siglo XIX y este ejército del siglo XXI, se coloca en la misma estatura moral a los protagonistas de ambos procesos”. De esa forma, “el chavismo y quienes se estructuran alrededor de él, se colocan en la misma categoría de los denominados *padres fundadores*, aprovechando el manejo religioso” que pesa sobre el tema (Romero, 2005: 229), con una direccionalidad simbólica evidente.

No sólo se usan lugares históricos para los actos oficiales, el presidente Chávez de forma muy exitosa ha reivindicado momentos históricos, batallas especialmente, y los ha insertado no sólo en términos de discurso, sino de táctica política en la actualidad. “La estrategia de la campaña oficial para derrotar la solicitud de revocación del mandato presidencial (de agosto de 2004) se inspiró en una vuelta al pasado”. No al azar se le llamó Batalla de Santa Inés, pues en ésta “las fuerzas federales al mando de Ezequiel Zamora derrotaron al ejército constitucional al ser atraído a una emboscada”. El éxito parece repetirse, pues “los grupos de oposición (de la actualidad) fueron, efectivamente, atraídos a un campo de batalla electoral que apreciaron insuficientemente y resultaron derrotados” (González Deluca, 2005: 170-171).

Otro factor que sustenta y sirve de amalgama, entre pasado y presente, es la identificación del propio presidente Chávez como descendiente de un caudillo agrario, Maisanta. Para algunos historiadores, se trata de un “mito fabricado para hacer de este poco menos que desconocido, o casi olvidado, guerrillero uno de los símbolos tradicionales de la cultura agraria: el de la rebelión contra el orden establecido” (González Deluca, 2005: 173). La visibilidad de Maisanta se remonta a inicios de los 90, gracias a un trabajo periodístico. “El mito se construye con una doble sustentación. Por una parte, a través de este oscuro personaje se fomenta la debilitada leyenda del hombre de a caballo, del caudillo rural en rebeldía contra el poder central”. Por otra parte, al identificar al personaje desde sus primeros discursos como antepasado del jefe de Estado, éste “obtiene un beneficio personal, en la medida en que la reevaluación, aceptación y difusión del mito es asociado a su propia persona” (González Deluca, 2005: 173).

El altar bolivariano

Sin embargo, como ocurrió con otros gobiernos del pasado, que apelaron a la historia, Simón Bolívar es quien ocupa el lugar

central en el altar mayor de los héroes, y ello ha sido herencia también de una posición consagrada en las primeras elaboraciones historiográficas nacionales, como precisaba Germán Carrera Damas en 1988. Al ser Bolívar el símbolo y el mito nacional por excelencia, un liderazgo político que lo glorifique, “se apoya no en la valoración de su verdadera significación histórica sino en la exaltación del héroe con connotaciones religiosas”. Como expresáramos con anterioridad, tal tendencia no es nueva: “El bolivarianismo se construye en el siglo XIX como una religión política” (González Deluca, 2005: 173-174). En dicha reverencia, ante el mítico padre de la patria, “los conflictos raciales, étnicos, sociales, religiosos y morales se esfuman, ante las fanfarrias bélicas y los ecos ultraterrenos, entre los cuales emerge un Bolívar aureolado, impecable, sin amoríos, sin contradicciones de clase, sin conflictos con las jerarquías eclesiásticas, sin pugnas por el poder, en una palabra cuasi-divino, enfrentado en una lucha titánica contra el león hispánico” (Aguirre y Brito, 1983: 17).

Un factor decisivo en la construcción del mito bolivariano, y su afianzamiento en el imaginario colectivo, será la publicación para 1881 del libro “Venezuela Heroica” de Eduardo Blanco. Para Pino Iturrieta (2003), el autor narra las batallas de la independencia tratando de presentar a sus protagonistas como figuras de una estirpe de soldados excepcionales y gracias a su sacrificio se realiza una de las gestas más importantes de la historia universal. Una narración en clave mitológica de las batallas arroja consecuencias evidentes: se refuerza el culto vigoroso de los héroes. La iconografía beatífica de una religión política se fortalece con estatuas desgarradas y poses sublimes, mientras que campea la omisión de estadísticas de fallecidos, se omite la narración de los atropellos correlativos a las batallas y menos aún conocido, es el inventario de pérdidas económicas.

En los días que corren, sin embargo, hay variaciones sustanciales en la relación con el mito. Un ejemplo lo tenemos en la silla vacía, que se le dejaba a Bolívar, en las sesiones del Consejo de Ministros, como comentara el propio presidente Chávez en los años iniciales de su gobierno. La alteración es por un lado simbólica: al tenerlo presente al menos espiritualmente, se contradice la sacralización y distancia que imponía ésta en el pasado; es igualmente una alteración ideológica, pues la figura deja de cobijar al conjunto de ciudadanos de la república, para estar al lado exclusivamente de quienes comparten el proyecto político del jefe de Estado. Bolívar

“

En los días que corren, sin embargo, hay variaciones sustanciales en la relación con el mito. Un ejemplo lo tenemos en la silla vacía, que se le dejaba a Bolívar, en las sesiones del Consejo de Ministros, como comentara el propio presidente Chávez en los años iniciales de su gobierno

”

es “aprovechado para la construcción de la ideología oficial del movimiento bolivariano”, se rompe con algunas características beatíficas de la tradición del siglo XIX y se le presenta “como el líder revolucionario de un proyecto contrario a la oligarquía que lo traicionó, igual que la oligarquía que en nuestros días se declara contraria al proyecto revolucionario de gobierno” (González Deluca, 2005: 174).

Tal asociación, que se resume en la idea de que luchamos hoy contra la oligarquía que traicionó a Bolívar, se ve un regreso al hilo conductor de la vida nacional. “Con el gobierno bolivariano de Chávez, la historia, interrumpida en 1830, se reanuda en 1999”. Las transformaciones político-institucionales se rebautizan “bolivarianas”, se cambia el nombre de la nación y el gentilicio, todo conduce al reforzamiento de un mensaje identificador, de carácter ideológico: “todo opositor al movimiento bolivariano, es al mismo tiempo enemigo de Bolívar y por tanto antibolivariano, es decir antivenezolano” (González Deluca, 2005: 175). Bajo una intencional óptica de relatar y reconceptualizar la historia nacional, que sirve de telón de fondo para la epopeya en construcción, el presidente Chávez simboliza la continuación histórica, “retoma los proyectos que Bolívar no pudo desarrollar (...) La filiación de sus proyectos en las ideas

de Bolívar, y sobre todo en aquellas que se representan vencidas por los obstáculos de la época, se repite sin reservas entre anacronismos e inexactitudes” (González Deluca, 2005: 178).

Maritza Montero, hace ya dos décadas, dejaba en claro estos últimos aspectos en los cuales el discurso del movimiento bolivariano actual parece reproducir esa manera de ver la historia. En tanto, que al apelar a tales apreciaciones, compartidas socialmente, también se descarta el valor —más allá de sus evidentes errores— del sistema político instaurado en 1958 en la constitución de una nación democrática. Se está ante “la añoranza de un pasado fijo en la gesta emancipadora, y por el culto, rayano en lo religioso, de sus héroes, mientras que (...) se desconoce la acción transformadora (reciente), y junto con ello, se ignora la realidad de la Venezuela contemporánea, sobre la cual *no se tiene conciencia*” (Montero, 1991: 87).

De forma resumida, la historia patria parece circunscribirse a sólo tres hechos durante el siglo XIX, que le dan explicación no sólo a pasado, sino a presente y también a futuro. “El símbolo del árbol de las tres raíces, la raíz robinsoniana, la raíz bolivariana y la raíz zamorana, es un constructo que engloba al proyecto político”, con esta formulación se persigue, como hemos dicho “legitimidad y cohesión ideológica”, y lo más preocupante es que “bajo esa fachada, la historia, convertida en ideología, se resume a partir de las grandes coyunturas de conflicto del siglo XIX: la independencia, la ruptura de la Gran Colombia y la Guerra Federal” (González Deluca, 2005: 181). No es casual ante esta reconfiguración de lo histórico y su uso en el contexto político de confrontación y polarización política, que algunos historiadores perciben que “la redefinición de los hitos en la historia de Venezuela es parte de una reformulación de la política, a través de la cual se plantea la utilización de la memoria cultural del venezolano para producir una resocialización integradora de un sentimiento nacionalista” (Romero, 2005: 226).

Tal estrategia no opera en el vacío. Al recordar lo que le movió a escribir “El divino Bolívar”, Pino Iturrieta observó una cierta patología, diríamos de carácter psicosocial. Las motivaciones profundas del venezolano traspasan el fenómeno Hugo Chávez, esto lo que ha hecho es capitalizar la hipertrofia del mito. “Al observarlo me di cuenta de que el fenómeno no era algo inventado por Chávez, porque desde hace mucho tiempo hemos hecho una basílica y metido allí al mito”, para el historiador con

la llegada de Chávez al poder y su particular uso de la historia patria, los venezolanos “estábamos participando de una guerra de símbolos; que ya el gobierno se había apropiado de Bolívar, o más bien lo había expropiado” (De la Nuez, 2004: 74).

Ha sido notoria una estrategia gubernamental en distintas épocas, también en la actualidad, que tiene raíces ya en el siglo XIX, por endiosar a Bolívar. Empero, Pino Iturrieta le da la vuelta al fenómeno para encontrar no sólo intencionalidad política. “En el libro (El Divino Bolívar) 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” (De la Nuez, 2004: 74).

A modo de conclusión

Nadie podría poner en duda que desde su llegada al poder el presidente Hugo Chávez, en febrero de 1999, estamos enfrascados en una inédita batalla política. Para algunos, el proceso que se inició entonces es consecuencia, mientras que es causa para otros. Depende, obviamente, del cristal con el que se mire, pero sin duda los procesos políticos se conectan, no surgen de la nada y en tal sentido el tema histórico está fuertemente presente, en todo debate.

Más presente parece estarlo hoy, momento en el cual se apuesta a reeditar desde el poder, y al menos en el discurso, la gesta independentista del siglo XIX.

Posiblemente, en Venezuela el otro momento reciente en el cual se habló tanto de Bolívar y de la gesta independentista fue a propósito del bicentenario del natalicio del Libertador, en 1983. En otros momentos, y en los últimos años antes de 1999, el tema histórico nacional ciertamente no estuvo muy presente en el discurso político, salvo en los actos ante el Panteón Nacional. Con el ascenso de Hugo Chávez al poder, el tema histórico no sólo regresa para hacerse presente de forma cotidiana en el discurso, sino que se inserta en la lucha político-simbólica. La reinterpretación histórica que está presente en el discurso presidencial, por un lado conecta al actual proceso con la gesta independentista del siglo XIX, y por tanto, cualquier oposición a dicho proyecto termina etiquetada literalmente de antipatriótica.

Como con muchos otros temas, está presente una reducción del complejo entramado, de lo que realmente sucedió en

nuestra historia nacional, para que todo termine sometido a maniqueísmos con fuerte carga simbólica: buenos y malos, patriotas y oligarcas, traicionados y traidores. Esto genera evidentes conectores emotivos, muy útiles para comunicarse con una audiencia masiva que desconoce trama y trasfondo de la historia venezolana.

El relato histórico tradicional de Venezuela ha enfatizado, a veces de forma absoluta, una visión de la acción individual para entender los procesos de cambio. El discurso presidencial parece beber de esta tradición, pues con frecuencia se escuchan los nombres de héroes como Bolívar, Miranda o Sucre, o de más reciente data, Zamora. El hilo conductor de la historia parece explicarse gracias a la gesta individual de estos hombres, mientras que el papel del pueblo, en dicha versión, aparece francamente desdibujado, difuso. Si la visión desde el poder es tal, de inclinarse a resaltar la acción individual en los cambios históricos, entonces no debe extrañar que desde 1999 se haga presente de nuevo, en nuestro sistema político, una renovada versión del protagonismo individual, que encarna el presidente Chávez.

El uso político de la historia, con su carga simbólica y emotiva, está presente no sólo en el discurso presidencial, sino que forma parte de estrategias claras. No es nada casual que se haya escogido el título de “Batalla de Santa Inés” para la campaña oficial por el revocatorio. Mientras que de forma recurrente el presidente Chávez escoge lugares históricos para sus actos públicos. Con ello se logra una conexión bastante llana entre pasado y presente, pues los protagonistas de la batalla política actual (que es también contra la oligarquía, como fue la de Bolívar), pisan el mismo suelo que los grandes héroes que no pudieron terminar su gesta, y que ahora (el presidente Chávez y quienes le apoyan) toman el testigo para continuar con la proeza. Podríamos decir que se busca un *empoderamiento* histórico-simbólico.

Como colofón, tal batalla por el uso de la historia no ocurre en la nada. Es conocido por todos que Bolívar está en el primer escalón de los héroes venezolanos. Su culto, como detectaron diversos estudiosos en el pasado, dio paso a lo que se terminó llamando bolivarianismo, religión política en el siglo XIX. Adoración no sólo promovida desde el poder, sino convertida en creencia compartida de muchos. Proyecto y discurso del presidente Chávez se alimentan de ese culto a Bolívar, y a través de éste logran otra conexión intangible con el pueblo. Como bien lo expresara el histo-

riador Elías Pino Iturrieta, a propósito de su libro “El Divino Bolívar”, la sociedad venezolana tiene una cierta patología en la relación con el “padre de la patria”. Las motivaciones profundas del venezolano traspasan el fenómeno Hugo Chávez, y éste lo que ha hecho es capitalizar el mito. Para Pino Iturrieta, “evidentemente el problema no es Chávez, sino una sociedad que mira hacia los mismos lugares de salvación a los que siempre ha recurrido”.

■ **Andrés Cañizález es investigador en la Universidad Católica Andrés Bello y director de la Revista Comunicación**

Referencias

- Aguirre, Jesús María y Brito, Berta (1983): “El mito de Bolívar y su función política”. En *Comunicación*. N° 41-42 (abril), pp. 6-22. Centro Gumilla, Caracas.
- Carrera Damas, Germán (1988): “El caso Venezuela”. En *Usos y abusos de la historia en la teoría y en la práctica política*. Pp 75-105. IDEA, Caracas.
- Castro Leiva, Luis (2005): *Obras. Volumen 1: Para pensar a Bolívar*. Fundación Polar-UCAB, Caracas.
- De la Nuez, Sebastián (2004): “Los padres del pueblo, después del gran parricidio” (Hablemos con Elías Pino Iturrieta). En *Comunicación*. N° 127 (tercer trimestre), pp. 74-79. Centro Gumilla, Caracas.
- González Deluca, María Elena (2005): “Historia, usos, mitos, demonios y magia revolucionaria”. En *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*. Vol. 11, N° 2 (mayo-agosto), pp. 159-186. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Montero, Maritza (1991): *Ideología, alineación e identidad nacional*. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Navarrete, Rodrigo (2005): “¿El pasado está en la calle?”. En *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*. Vol. 11, N° 2 (mayo-agosto), pp. 127-140. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Pino Iturrieta, Elías (2003): *Divino Bolívar. Ensayo sobre un religión republicana*. Los Libros de la Catarata, Madrid.
- Plaza, Elena (2001): “La idea del gobernante fuerte en la historia de Venezuela (1819-1999)”. En *Politeia*. N° 27. pp. 7-23. Instituto de Estudios Políticos. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Romero, Juan Eduardo (2005): “Usos e interpretaciones de la historia de Venezuela en el pensamiento de Hugo Chávez”. En *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*. Vol. 11, N° 2 (mayo-agosto), pp. 211-235. Universidad Central de Venezuela, Caracas.

Populismo del siglo XXI

Desde su aparición en la década de los años 40, el populismo latinoamericano siempre fue considerado el enemigo “natural” de la izquierda, de todas las izquierdas. Los primeros intelectuales comunistas y socialistas se dieron modos para enfrentar un movimiento que los iba desplazando en la ardua tarea de conseguir el control y la dirección de la masa de excluidos de la política oligárquica. En un principio, la izquierda socialista concentró su acción y reflexión en el combate de líderes carismáticos, decididamente anticomunistas, bien provistos de ideas seductoras y promesas sobredimensionadas, con capacidad para la manipulación de las expectativas y sueños de una masa disponible, compuesta básicamente por los recién llegados a las grandes ciudades latinoamericanas. Por un buen tiempo se vivió en el convencimiento de que el fenómeno populista era provisional y transitorio, propio de sociedades tradicionales que difícilmente se iban incorporando a la naciente modernidad. Y es que aquello que se presentaba a la observación como algo nuevo en la relación entre las élites dominantes y la masa de gobernados planteaba no pocas interrogantes, casi siempre vinculadas con el surgimiento e instauración de poderes tan personalizados como voluntaristas que, a diferencia del caudillismo tradicional, venían dotados de una fuerte identificación con lo que desde entonces se dio en llamar “sentimiento nacional”. En un primer momento, los investigadores del fenómeno, particularmente europeos y norteamericanos, lo abordaron como si se tratara de un fenómeno “genuinamente latinoamericano”. Y, hasta para algunos de nosotros, el populismo y el militarismo constituían dos especies del mismo género: el autoritarismo, en la medida en que comportaban ingredientes netamente autocráticos y antidemocráticos. En tal sentido, no deja de ser axiomático el hecho de que en la caída de los populismos del siglo XX siempre aparece la bota militarista, a tal punto que los golpes militares siempre se dieron contra regímenes populistas -los pronunciamientos militares se justificaban como respuestas “normales” a una extendida demanda democrática-. Pensemos en las caídas de Perón y el peronismo en Argentina;

El politólogo Alfredo Ramos Jiménez, profesor de la Universidad de Los Andes, hace una prospectiva de los gobiernos de la región a partir de la experiencia del siglo pasado. “Este socialismo del siglo XXI que se nos propone, queda al descubierto como el pariente cercano más conocido del viejo populismo, que ha sido identificado en la historia latinoamericana del siglo XX como la fuente de grandes frustraciones y retraso social”, afirma el autor

■ Alfredo Ramos Jiménez

de Getulio Vargas y su Estado Novo en Brasil; de Velasco Ibarra en Ecuador; de Belaúnde Terry en Perú y, en fin, de Arnulfo Arias y el panameñismo en Panamá. De aquí que se haya destacado el hecho de que en todas partes en nuestro continente las experiencias populistas formaban la etapa previa, premonitoria en más de un sentido, del golpismo y la represión militaristas.

Ahora bien, la definición del populismo de nuestros días -destacado por algunos como “un fenómeno siempre actual”- sigue siendo un reto para la sociología y politología latinoamericanas. El fujimorismo peruano, como el chavismo en el país, deben considerarse -hasta nuevo aviso- como las dos versiones, renovadas, del tradicional populismo. Pensando en los populismos de nuevo cuño, el politólogo boliviano René Mayorga fue el primero en proponer la expresión neopopulismo, vinculando el fenómeno con el crecimiento vertiginoso de la antipolítica en todos nuestros países en la última década del pasado siglo. De modo tal que la crítica del “populismo realmente existente”, particularmente en los años 90, se planteó siempre desde posiciones democráticas, un tanto a la defensiva, excluyendo por principio el muy conocido léxico de la izquierda socialista, más inclinada esta última hacia las conocidas fórmulas integristas o “revolucionarias”.

En la teoría y en la práctica, el populismo de los 90, también identificado como neopopulismo, ha representado para no pocos observadores el resultado lógico de la exacerbación del carácter popular en la etapa de la incipiente democratización

de la política latinoamericana. Y precisamente en ese sentido comenzó a demarcarse de las posiciones democráticas de los principales actores, impulsando en la población reflejos antipolíticos, dentro de un extendido sentimiento de desencanto democrático y de rechazo de toda “forma partidista de hacer política”. En el caso de los países andinos, caracterizados por la presencia de electorados fuertemente volátiles, los líderes neopopulistas se fueron imponiendo como los campeones de la antipolítica y, en cuanto tales, pasaron a convertirse en los primeros portadores de una suerte de superoferta que, en la oposición y en el gobierno, se tradujo en el bloqueo de instituciones clave para el funcionamiento del Estado democrático, por una parte, y en la promoción hacia los puestos de dirección política de un personal esotérico y extravagante, por otra. Su principal enemigo dejó de ser la oligarquía, como en el pasado, y enfiló sus baterías contra todas aquellas instituciones que se interponían en su camino hacia la concentración personal del mayor poder: los partidos, la Fuerza Armada, los medios de comunicación, la universidad.

Asimismo, el liderazgo neopopulista en nuestros países desarrolló una política de sobreutilización de los medios, específicamente la televisión, para llegar con su imagen y discurso hasta “donde nadie podía llegar”, dando vida y canalizando aquello que recientemente ha sido tratado como la forma privilegiada de la videopolítica o política-espectáculo. De aquí que el líder populista de estos tiempos -entiéndase bien, tanto en Europa como en nuestros países- se presenta como el “gran co-

municador”, como el hábil manipulador, real y simbólico, de las aspiraciones y expectativas del pueblo movilizado por una causa común. Y en la medida en que una democracia de opinión que se ha construido se va sobreponiendo a la democracia de partidos, el líder neopopulista se presenta más preocupado por “dejarse ver más que entender” por un público que él considera cautivo. Fujimori en Perú y Chávez en Venezuela -el parecido es innegablemente de familia- contaron con los medios para “conquistar” electorados abandonados por un partidismo degradado en los dos países y, si bien se apoyaron en “partidos”, rápidamente constituidos para la ocasión (Cambio 90 y MVR, respectivamente), éstos sólo servirían para alimentar la demagogia del líder mesiánico, asegurándole una necesaria apariencia democrática que esconda el virus autoritario del que siempre han sido portadores.

Todo dentro de una política de transición hacia lo que el extremista neonazi argentino Norberto Ceresole, asesor de la primera hora chavista, llamaría “posdemocracia”. No nos extraña entonces el hecho de que tanto el peruano como el venezolano hayan apelado, cada uno a su tiempo, a la conocida fórmula de la democracia participativa, destinada a sustituir a la democracia representativa. Fórmula que paradójicamente han esgrimido unos cuantos dictadores, en una larga lista que incluye a Pinochet. Hoy en día, dicha fórmula ha sido recogida y popularizada por Evo Morales en Bolivia y Ollanta Humala en Perú en las campañas electorales recientes. Admitamos que la cuestión reviste la mayor importancia para nosotros los venezolanos en estos días. Y es que el fervor populista de una cierta “izquierda”, que llega con retraso a la política democrática en el país, ha tratado de escamotear un debate necesario para arreglar cuentas con aquellas soluciones políticas obsoletas, que se nos presentan actualmente con la forma de “propuestas innovadoras” y progresistas. Ello no sería importante si no fuera por el hecho de que en una buena parte de la literatura populista el fenómeno ya había sido asumido y defendido, cuando no condenado, como “el socialismo de los países pobres”.

No deja de ser paradójico -si no sintomático de una patología social- el hecho de que asistamos hoy en día en el país a una suerte de recuperación izquierdizante del populismo tradicional. Así, envuelto en el ropaje de un indefinido “nuevo socialismo”, se ha pretendido cobijar la ilusión populista bajo la muy vaga promesa de una nueva sociedad. Y no han faltado quienes, ante la ausencia de un ideólogo o teórico de fuste, rápidamente se han ofrecido y presentado como los portadores del

“

En todo caso, se trata de un mezcote, que confunde en el mismo espacio el ingrediente fascistoide del militarismo de Perón, particularmente su propensión a la arbitrariedad o a lo que en nuestros días se presenta como una neta legitimación de la ilegalidad, por una parte, y el voluntarismo obsesivo y sin mañana del segundo guevarismo, el mismo que ya en los años 60 rompiera sus ataduras con la dictadura de Fidel

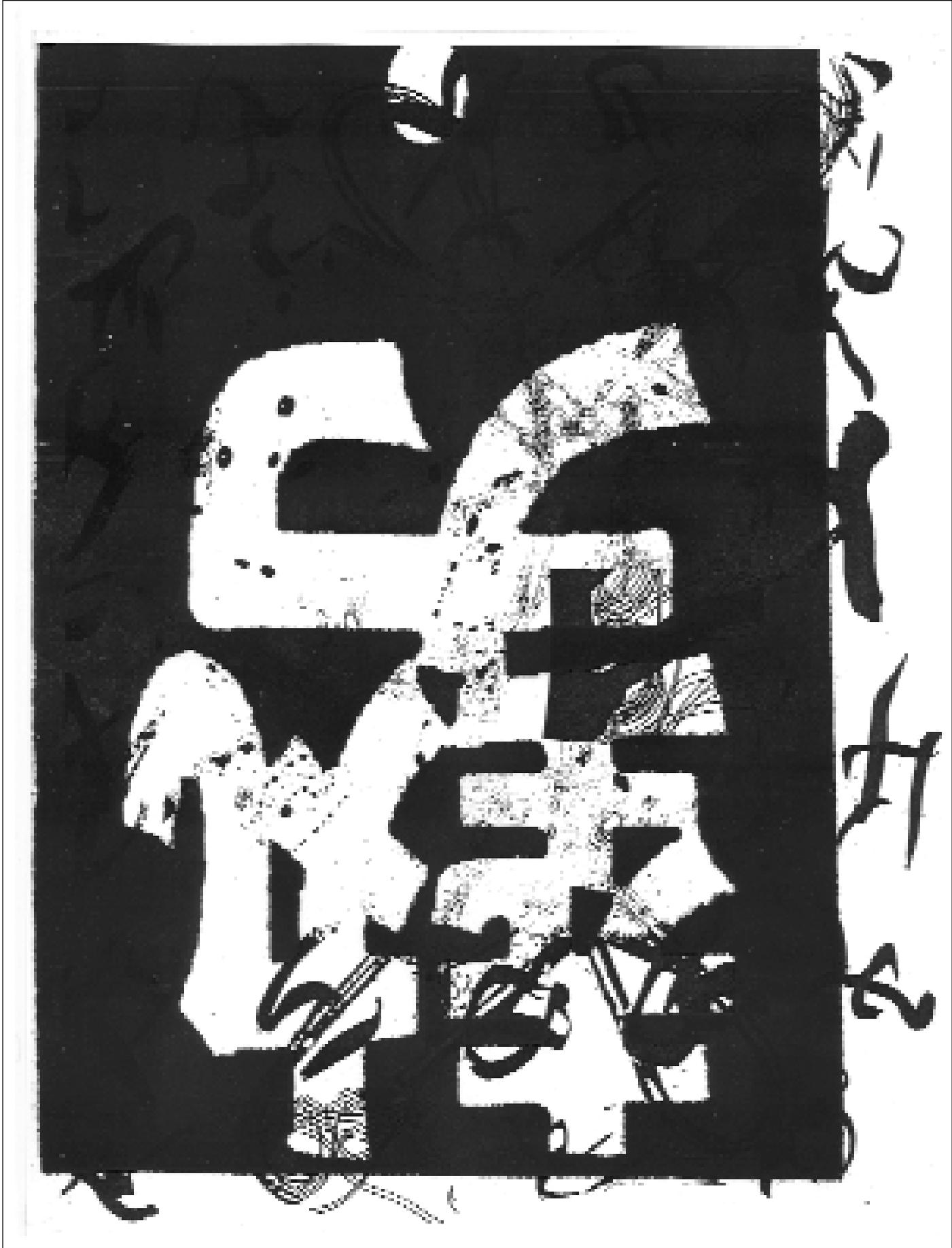
”

así autoproclamado “socialismo del siglo XXI”.

En textos recientemente publicados, la psicóloga chilena Martha Harnacker y el activista alemán Heinz Dieterich se han propuesto, al parecer sin beneficio de inventario, vender al mundo una curiosa versión o lectura del así llamado “fenómeno Chávez”. Inicialmente su propuesta llenaba ciertamente una laguna en la pobreza intelectual del chavismo. Y, desde la cómoda posición que asigna la exposición reduccionista y simplista de un discurso dirigido a un público masivo y no preparado, los dos profesores se han dado a la tarea de traducir la experiencia chavista de los últimos siete años como la versión corregida y actualizada de lo que entienden como el “proyecto histórico de Marx”. Se desconoce -si alguien lo puede saber- hasta qué punto la señora Harnacker sigue o aplica las lecciones de su muy leído manual, desautorizado hace cierto tiempo por su maestro francés, el mismísimo Louis Althusser. En el caso de Dieterich, la cuestión se presenta más sofisticada, puesto que se propone en unas pocas páginas nada menos que la formulación “racional-crítica o científica, estética, ética y cotidiana” de lo que, según él, constituye la convergencia actual de los “dos socialismos, cristiano y científico”, todo dentro de lo que a este autor se le ocurre, “sociedad poscapitalista” (Hugo Chávez y el socialismo del siglo XXI, p. 17). Todo parece

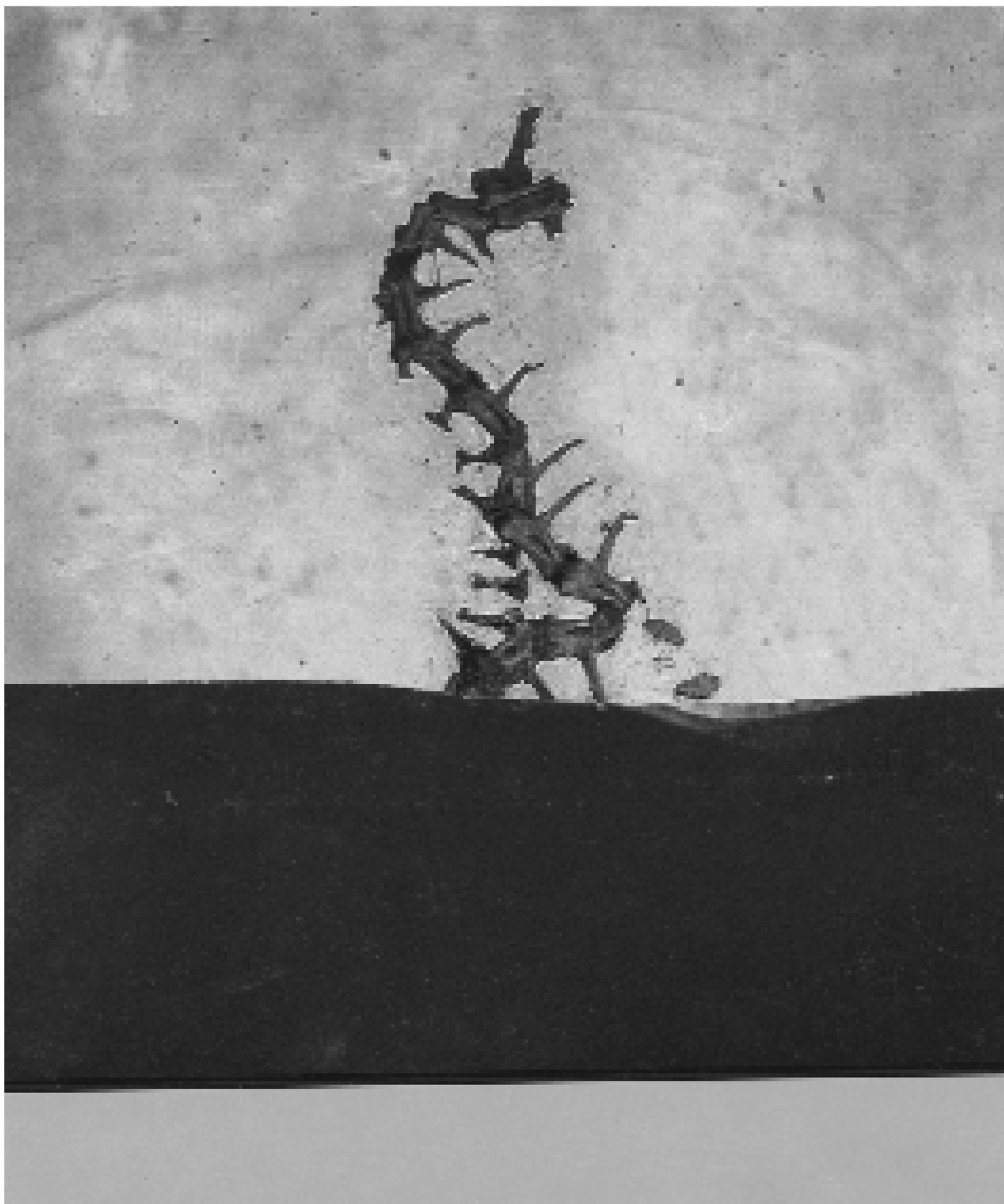
indicar que los espíritus más avisados en el país no parecen haber reparado en las implicaciones prácticas de esta impostura que, se nos advierte, sirve de base a lo que el profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana de México entiende como el “nuevo proyecto histórico de Hugo Chávez”: “La larga noche de la teoría revolucionaria antiburguesa -se lee en el texto de Dieterich- duró tres lustros hasta que el revolucionario Hugo Chávez la rehabilitó públicamente y le devolvió su estatus emancipador, no sólo en defensa de la humanidad, sino en pro de su liberación definitiva. Es en este sentido que se justifica la frase, ‘la revolución mundial pasa por Hugo Chávez’ (p. 29).

Ni más ni menos. El discurso presidencial de las últimas cumbres de jefes de Estado revela que el teniente coronel sí tiene quien le escriba. Si bien es cierto que estas elucubraciones dietericheanas no encajan en modo alguno en la tesis socialista de las “dos izquierdas” de Teodoro Petkoff, ni en la posmoderna de las “dos derechas” de Rigoberto Lanz, éstas cumplen una función integradora innegable en la relación del líder del “proceso” con sus seguidores más incondicionales. Ahora bien, el viaje a las fuentes político-ideológicas del liderazgo personalista de Chávez apunta en la dirección de una combinación probable entre la herencia de Perón y el Che Guevara y, por lo mismo, corresponde a un imaginario social y político que nada tiene que ver con el socialismo. En todo caso, se trata de un mezcote, que confunde en el mismo espacio el ingrediente fascistoide del militarismo de Perón, particularmente su propensión a la arbitrariedad o a lo que en nuestros días se presenta como una neta legitimación de la ilegalidad, por una parte, y el voluntarismo obsesivo y sin mañana del segundo guevarismo, el mismo que ya en los años 60 rompiera sus ataduras con la dictadura de Fidel, por otra. Y es que este “socialismo del siglo XXI” que se nos propone queda al descubierto como el pariente cercano más conocido del viejo populismo, el mismo que ha sido identificado en la historia latinoamericana del siglo XX como la fuente de grandes frustraciones y retraso social. Y puesto que se trata de un populismo más, responde en sus principales manifestaciones, asistencialistas y plebiscitarias, a un genuino populismo del siglo XXI, que va tomando cuerpo en la política venezolana y latinoamericana de estos días.



Galería de papel. Roger López. 2006

Galería de papel



Roger López **Diálogo con la Memoria**

Nuestro organismo constantemente recibe y emite señales formando un ecosistema, un gigantesco tejido de información y memoria. La memoria almacena residuos de lo que hemos sido. Abre puertas para que el pasado se manifieste en el ahora. Une los hilos esenciales que nos permiten tejer la urdimbre y la trama de nuestra propia historia. Ella dialoga con nosotros mismos desde lo más profundo e íntimo del ser.

La memoria, para evadir el olvido, se vale del signo gráfico. Una de sus expresiones se manifiesta en la escritura. Las primeras huellas de la escritura las dejó el hombre para guardar, mediante signos sencillos, la memoria de un acontecimiento o para transmitir una información. Partió de la huella, inventando muescas y puntos en los huesos, en las conchas o tablillas, anotando cuentas o relatos personales con nudos en los sistemas de cordeles conocidos como "quipus", inventado por los incas, en las pequeñas esferas de barro que, encerradas dentro de una vasija, hablan de acontecimientos.

Al escribir dibujamos. En cada trazo realizado, al entrelazar signos, dejamos rastros del pensamiento. Expresiones gráficas producto de la necesidad de decir con permanencia. Al dibujar o al escribir desarrollamos una serie de signos visuales que adquieren sentido gracias a la intención semiótica. Apelamos a ellos para dejarnos ver, para retener una vivencia, acontecimiento o información más allá del espacio frágil de la memoria. Tal como señala Octavio Paz, "Soy una historia. Una memoria que se inventa".

Un artista actúa como una esponja que selecciona y absorbe estímulos tanto del mundo natural como del cultural. Estos estímulos inciden en su interior, se guardan en su memoria para, luego de una etapa de procesamiento e incubación, manifestarse mediante imágenes y metáforas, en una propuesta artística sensible o conceptual; dando así sentido a un nuevo estímulo o energía capaz de comunicar sentimientos al espectador. Capaz de generar memoria en otros.

La obra de Roger López se alimenta de las imágenes y vivencias que almacena de su experiencia y encuentro con su entorno. Las imágenes que genera obedecen a sus variados contactos con la realidad; realidad que abarca todo lo que ha podido ver fuera o dentro del territorio del arte y lo ha marcado. Procesos tales como la resonancia y empatía con la naturaleza, en especial con la geografía guayanesa. Tal es la serie de dibujos y collages que hoy nos presenta en La Galería de Papel. Esta serie está habitada de signos y pensamiento que se apoyan en la tradición del hacer y su cuestionamiento. Exploran la ruptura de los límites tradicionales para dar paso a la interacción de la diversidad, trazando caminos, estableciendo cartografías y detectando signos.

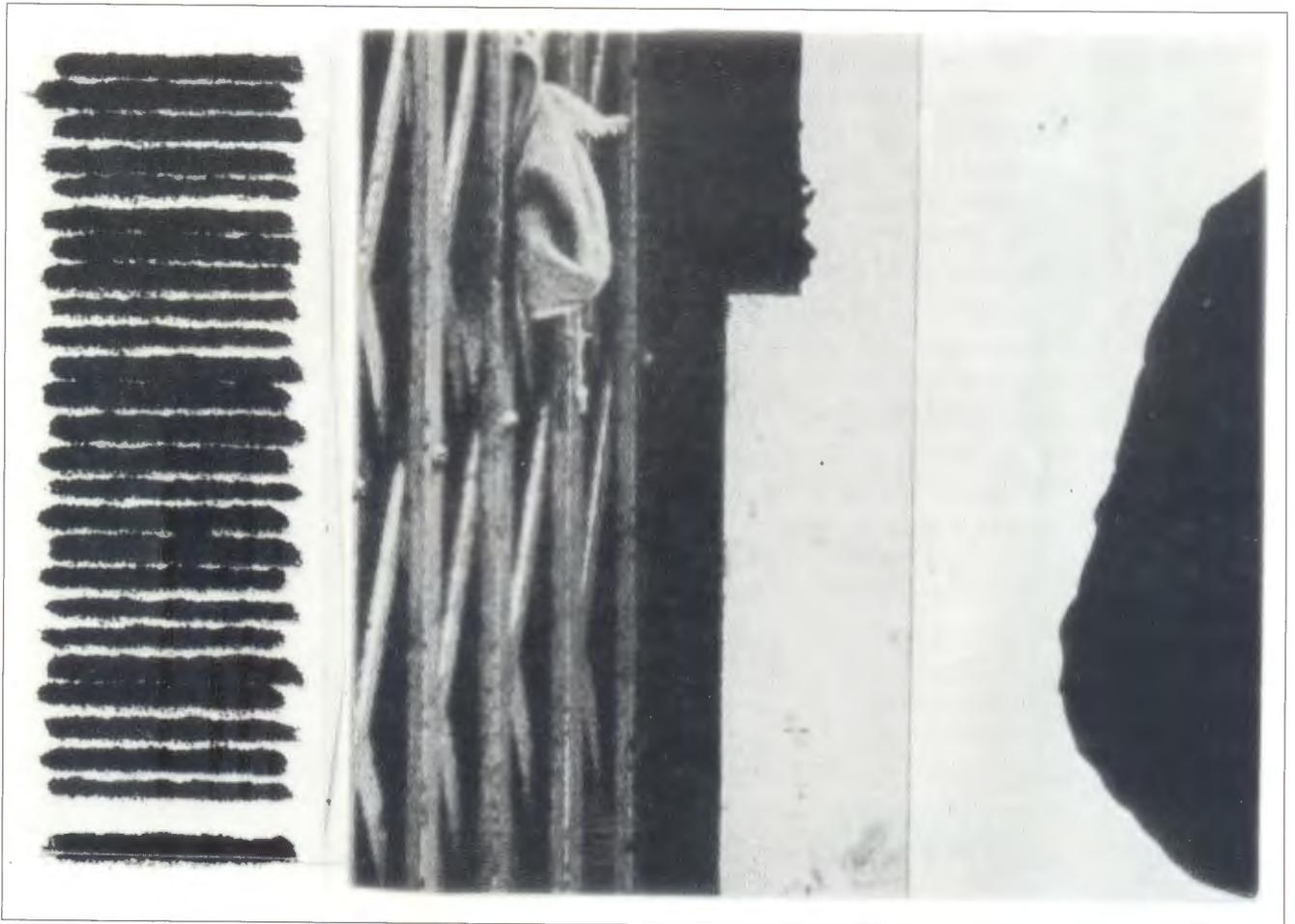


En todos ellos priva un conjunto de gestos, expresiones imágenes y acciones que ratifican un diálogo con su memoria interior, fruto de la reflexión y sensibilidad enraizada en un tiempo y lugar específico. No se trata de un derroche de habilidades técnicas vacías de contenido: es una propuesta en la cual el signo, el trazo, la línea se hacen instrumentos de conocimiento y expresión cultural.

Para Roger López, la memoria privada interactúa con la memoria colectiva provocando puntos de fusión e integración entre las diversas memorias que le permiten interpretarse a sí mismo y le ofrecen herramientas para construir su identidad, ya que la obra se alimenta de su realidad y de otras realidades.

Víctor Hugo Irazábal

irazabalzu@yahoo.com



- El comunicador para la salud en Venezuela aproximación a un perfil profesional
- El perfil profesional de los periodistas económicos
- Del periodista industrial al intelectual digital
- Nuevos retos para la Formación de comunicadores
- Transformaciones en el campo laboral de la información y comunicación retos para la Formación de los comunicadores sociales en Venezuela
- Perspectivas de la formación del Comunicador Social en Venezuela
- Postgrados en Comunicación Social entre la academia y el mercado
- Las señas del aquí y ahora breves referencias al fragor de tiempos electorales
- Las campañas electorales: reelección y regulaciones
- Balance electoral 2006 la consolidación del personalismo presidencialista
- La batalla es simbólica uso de la historia en la confrontación política actual
- Populismo del siglo XXI