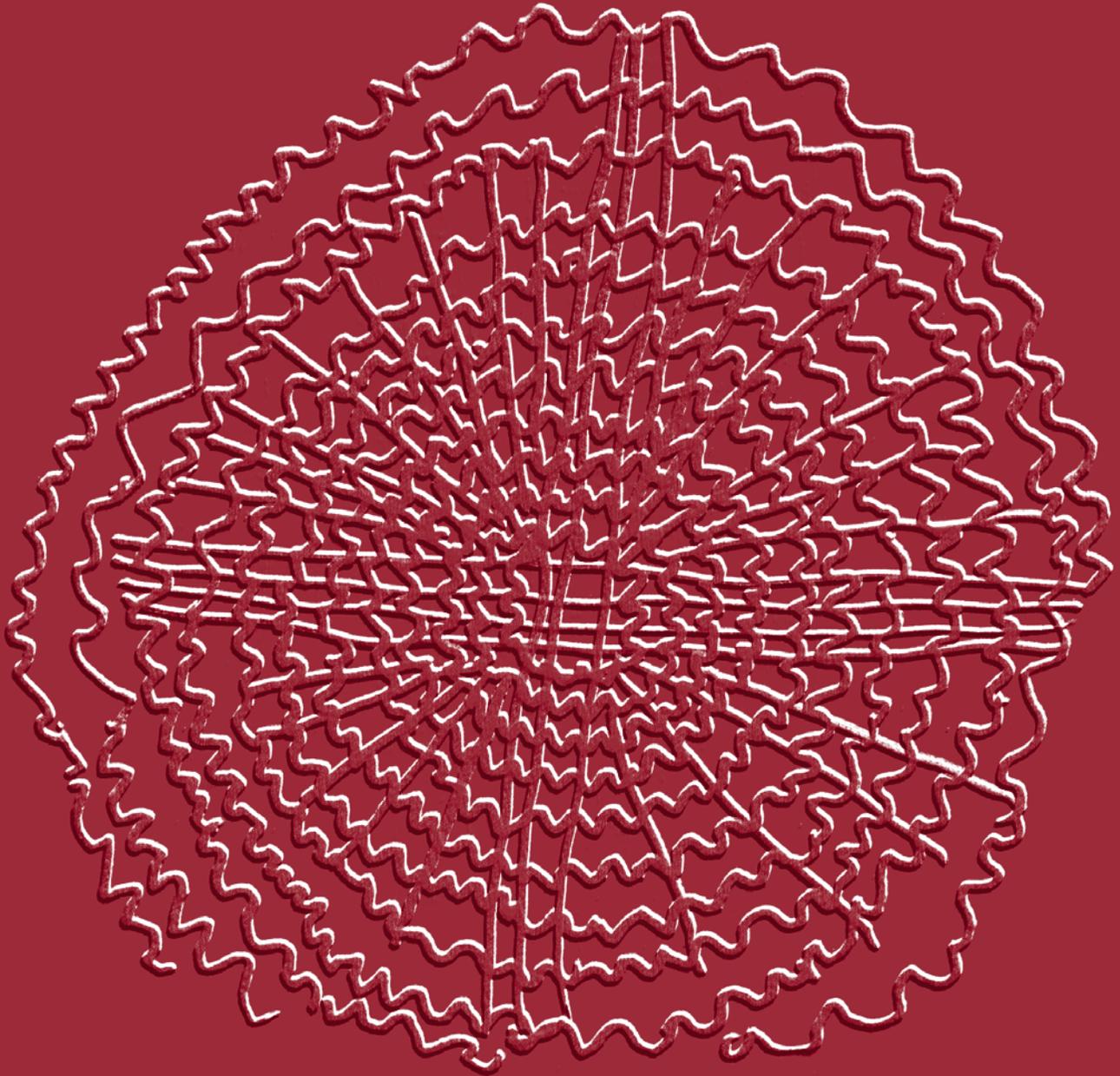


CENTRO GUMILLA

comunicación

Estudios venezolanos de comunicación • Cuarto trimestre 2008 • Nº 144



PRÁCTICAS Y ALTERIDADES

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
José Ignacio Rey
Francisco Tremonti †
Gustavo Hernández
Carlos Correa
Agrivalca Canelón
Andrés Cañizález
Carlos Delgado-Flores
Honegger Molina

Directores del presente número

Jesús María Aguirre
Honegger Molina

Colaboradores del presente número

Víctor Suárez
Alexander Hernández
Mónica Marchesi
Liliana Lozano
Edith Fuentes
Argelia Ferrer
Marta Aguirre
Kellvin Aponte
Andrea Pérez
Angélica Velazco
Ana María Quintero A.
José Fernando Benítez M.
Rafael Quiñones
Moraima Guanipa
María Eva García S.
Vanessa Pérez Díaz
Raisa Urribarrí
Edilia Alvarado Rodríguez

Coordinación operativa

Honegger Molina

Corrección de textos

Marlene García

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 70.000,00 (Bs.F 70)

Suscripción de apoyo: Bs. 120.000,00 (Bs.F 120)

Número suelto: Bs. 15.000,00 (Bs.F 15,00)

Forma de pago:

En Venezuela

- Cancelando en nuestras oficinas
- Depositando, a nombre de:
Fundación Centro Gumilla,
en la siguiente cuenta:

BanESCO

Cta. Cte. N° 0134-0413-59-413-101041-4

Para suscripciones del exterior
contactar a la administración
del Centro Gumilla

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,
local 2, esquina de la Luneta,
Altigracia. 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

DIGITEL GSM™

comunicación

Nº 144 • Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

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

Presentación	Prácticas y alteridades	2
Entradas	Ante el proyecto de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales	
	■ Víctor Suárez	4
	60 años de la radio popular y comunitaria en América Latina: historia, incidencia y prospectiva	
	■ Alexander Hernández	
	■ Mónica Marchesi	14
	Experiencias de intermediación radial en Carabobo	
	<i>Manantial 92.7 y PuntoSur 97.5FM</i>	
	■ Liliana Lozano	
	■ Edith Fuentes	22
	Periodismo audiovisual a la merideña	
	■ Argelia Ferrer	31
	"El techo sigue siendo de cristal"	
	■ Marta Aguirre	36
Periodismo, gerencia y conocimiento: la experiencia de los consejos editoriales de <i>El Nacional</i>		
■ Agrivalca R. Canelón S.	42	
El gremio que vino del frío		
■ Carlos Delgado-Flores	52	
Nivel de consonancia existente en tres medios periodísticos latinoamericanos sobre la liberación de Ingrid Betancourt		
■ Kellvin Aponte		
■ Andrea Pérez		
■ Angélica Velazco	58	
Cinco años de investigación en comunicación en UCAB-Guayana		
■ Ana María Quintero A.	68	
Líneas gubernamentales en medios alternativos y comunitarios		
■ José Fernando Benítez M.	74	
Estudios	Mapa de situación de la prensa y medios regionales	
	■ Rafael Quiñones	84
Hablemos	Línea alternativa, popular y comunitaria en la revista <i>Comunicación</i>	
	■ Honegger Molina	100
Informaciones	Servicio público en radio y TV: más contenidos y menos infraestructura	
	■ Moraima Guanipa	110
Reseñas		118
Documento	Morin a tres manos y sin complejos	122
		126

Prácticas y

Cerramos este año con una mirada nueva sobre lo suficientemente conocido y estudiado por este equipo de *Comunicación* en el área de las “Prácticas y alteridades” en medios comunitarios, culturales y populares. Lo alternativo ha encontrado desde siempre un espacio para su expresión, revisión y promoción en la revista y su abordaje ha venido desde las más distintas ópticas y espacios. Al respecto trata, por ejemplo, el número 117 del 2002, entre los más recientes. Ahora bien, lo alternativo, comunitario y popular, con firmas de profesionales de aquellas experiencias comunicacionales en las distintas regiones de Venezuela, sí que es una novedad en ésta entrega. Trabajo con perfil propio que posibilita el hallazgo de realidades sólidas, tanto en las históricas páginas de la revista como en el interior de la nación y, asimismo, se proyecta con claridad meridiana sobre el futuro inmediato de los medios alternativos en Venezuela y sus posibles alteraciones.

Revisemos lo que se ofrece. *Entradas* abarca diez artículos con varios compartimentos de autonomía temática, sin mucha unidad conceptual, pero de apoyatura práctica. Lo encabeza el texto de Víctor Suárez, con su tema “Ante el proyecto de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales”, que trata del decreto 6.244 que se aprobó el 22 de julio del 2008 en Consejo de Ministros sobre el contenido de la nueva Ley de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales, y sus implicaciones en el terreno de las telecomunicaciones en Venezuela. A esto se le sumaron las plumas de Marcelino Bisbal y Gustavo Hernández para entregar su propia reflexión del asunto, así como la reseña que hace Raisa Urribarrí sobre la discusión que se dio entre representantes de la UCV y de la ULA.

El primer bloque de artículos que tratan de forma directa el tema de lo alternativo y comunitario está dedicado a la radio. Se

hace imponderable un reconocimiento al aporte de la radio comunitaria en el campo de la educomunicación y por esa razón el texto de los zulianos, Alexander Hernández y Mónica Marchesi, está muy completo. Ya son 60 años de la radio popular y comunitaria en América latina, este texto se apoya en el camino histórico, toca las incidencias y entra en las prospectivas del área en mención. Le sigue “Experiencias de intermediación radial en Carabobo: *Manantial 92.7 y Punto Sur 97.5 fm*” de las profesoras de la UNICA Liliana Lozano y Edith Fuentes, desde su desempeño profesional logran acopiar las experiencias de dos emisoras comunitarias ubicadas en Naguanagua y Valencia, respectivamente, partiendo de sus prácticas sociales colectivas y de las redes de comunicación que se generan en la intermediación radial. Representa un aporte significativo por nuestra búsqueda de espacios en y con los medios comunitarios, que puedan contribuir a la construcción de una democracia robusta en Venezuela.

“Periodismo audiovisual a la merideña” de Argelia Ferrer, artículo escrito para hacer honor al excelente movimiento de los últimos años, en el mundo audiovisual, de la ciudad andina. La profesora de la ULA revela, en base a las entrevistas de cinco periodistas, cuál es el contexto del periodismo audiovisual con respecto a la relación con directivos, fuentes oficiales, económicas y académicas; con relación a la remuneración, a las comunidades, a la censura y a la autocensura. En varios aspectos con respuestas comunes, pero en otros, los puntos de vista y las experiencias son diametralmente diferentes.

A continuación se incorporan, primero, un tema de géneros, “El techo sigue siendo de cristal”, que le pertenece a Marta Aguirre, periodista que ha venido trabajando ese ámbito y de pertinencia para acompañar el número. Y, segundo, un amplio desarrollo sobre la metodología de los consejos editoriales de *El Nacional* puesta

en práctica por este diario en Venezuela desde el mes de noviembre de 2006. En este sentido, Agrivalca Canelón, examina el modelo desde tres perspectivas articuladas: la inmediata, que remite a la noción del periodismo ciudadano, pasando por los presupuestos del gobierno informativo hasta desembocar en la gerencia del conocimiento.

Para responder a la dinámica contemporánea tenemos dos temas de gran actualidad, trascendencia e impacto nacional e internacional. En Venezuela, la elección del nuevo CNP que da pie al trabajo escrito por Carlos Delgado-Flores, y en el orden continental está el tratamiento informativo de la liberación de Ingrid Betancourt por tres medios latinoamericanos, de los jóvenes estudiantes de periodismo en la UCAB, Kelvin Aponte, Andrea Pérez y Angélica Velasco.

Ulteriormente vienen dos trabajos diferentes pero cada uno con su autonomía y peso muy específico, ya sea por la dedicación a una zona geográfica de Venezuela, o por conexión con el gobierno de turno. El primero, “Cinco años de investigación en UCAB-Guayana” de Ana María Quintero, profesora de UCAB Guayana, y el segundo, “Líneas gubernamentales en medios alternativos y comunitarios” de José Fernando Benítez, profesor de la UBV. Benítez hace una revisión de la prensa nacional desde el año 2002 hasta ahora, y nos permite contrastar dos grandes corrientes de opinión sobre los medios alternativos y comunitarios de Venezuela. La primera los tilda de chavistas, gobernadores, proselitistas e ilegales, y la segunda reivindica su papel en la construcción de un nuevo modelo comunicacional que tiene gran injerencia en el desarrollo comunitario.

Los dos *Estudios* le corresponden: primero, a Rafael Quiñones quien hace una revisión panorámica del mapa de situación de la prensa y medios regionales y sus cambios en los últimos años. Dicho cam-

alteridades

bio no reside de manera exclusiva en el diseño y la forma como deben presentarse las noticias ante el público, sino que engloba a su vez los procedimientos para procesar y presentar los contenidos noticiosos. El segundo es de Honegger Molina quien hace un recorrido por las tres décadas de la revista *Comunicación* descubriendo la línea marcante en la comunicación alternativa, popular y comunitaria. Esta mirada completiva viene a demostrar la firme continuidad del equipo de investigadores de la revista en la búsqueda de lo alternativo y su adecuación a cada época como respuesta y justificación, desde las bases populares, al sistema ambiental dominante donde imperan las comunicaciones comerciales.

El *Hablemos* lo recoge Moraima Guanipa, es el resultado del encuentro entre el equipo de *Comunicación*, el reconocido investigador chileno Valerio Fuenzalida y el catedrático venezolano Jairo Lugo, quienes expusieron sus impresiones sobre los alcances de la acción gubernamental en el horizonte mediático y las respuestas políticas que las audiencias ofrecen en climas de confrontación y polarización. Un enfoque que está dirigido al servicio público en radio y TV con el llamado a generar más contenidos y menos infraestructura.

El *Documento* llamado “Morin a tres manos y sin complejos”, fue extraído de las firmas y el pensamiento de Edgar Morin, Rigoberto Lanz y Carlos Reynoso. Texto de gran valía y completa relevancia por el personaje y su paso por Venezuela. Investigación que se sustenta en artículos publicados en *El Nacional*: “Morin entre nosotros” y “La máquina Morin” por los autores arriba referidos, cuando se anuncia la llegada del intelectual francés al país. Son miradas a contrapunto que ponen en blanco y negro la complejidad de su pensamiento. Se deja en claro la seriedad para pensar y su compromiso para actuar. Así como la profundidad de su reflexión y el

olfato agudo para saber dónde estamos parados. Pero también afloran los desatinos, las lagunas y las ausencias teóricas de la propuesta metodológica y filosófica del nombrado intelectual en el documento que entregamos.

¿No están ya superadas las concepciones comunicacionales, restringidas al ámbito regional, local o comunitario? ¿Acaso no entramos en la era de la desterritorialización, en la que avanza la deslocalización de lo social con una disminución de la coincidencia entre identidad, cultura y lugar?

Con la moda del término *globalización* y su uso indiscriminado en cualquier campo para explicar los fenómenos contemporáneos, se ha llegado a su vaciamiento conceptual.

A lo más nos queda una vaga percepción de que algo ha cambiado en las coordenadas espacio-temporales del mundo del siglo XXI, y que, gracias a las TIC, ha afectado a las relaciones de vecindad y lejanía entre personas, territorios y continentes.

En el campo cultural Robertson alertó que se están desplegando dinámicas, si no contradictorias, al menos competitivas, entre unas fuerzas centrífugas, mantenidas por las grandes corporaciones transnacionales, y otras fuerzas centrípetas, sostenidas por los estados-nación y organizaciones identitarias de resistencia. Ejemplos ilustrativos de ambas direcciones serían los flujos de mercancías según los tratados de libre comercio y al contrario las restricciones legales para los flujos migratorios.

En el campo de la comunicación la simplificación de unos procesos complejos nos ha hecho perder de vista el entramado tupido de las comunicaciones regionales, locales y comunitarias, como si éstas hubieran desaparecido ante la avalancha del nuevo entorno digital, en capacidad de superar las barreras espacio temporales de los lugares habituales, donde se desenvuelve el hombre común.

Se ponen en paréntesis los costos de las fronteras lingüísticas y culturales, como si éstas no condicionaran las posibilidades y no afectaran los ritmos de adaptación. Como si los bosques y los parques industriales tuvieran la misma movilidad que los bit. Este supuesto de que todos los bienes son intercambiables virtualmente según el valor de cambio o su contenido simbólico, es un mito típico del capitalismo cibernético.

Fascinados por la posibilidad tecnológica de una comunicación y participación en tiempo real, hemos perdido de vista, en primer lugar, que las relaciones interpersonales y grupales según leyes proxémicas, siguen estando en la base de las demás interacciones, y, en segundo lugar, que gran parte de las transacciones virtuales, se alimentan de las matrices de base y de los procesos de socialización primaria de la familia y secundaria de la educación y el trabajo en los entornos locales y/o regionales.

No solamente en el mundo laboral y político, donde el factor de la procedencia y de la residencia de las personas en una localidad, es una variable importante para la representación social y ciudadana, sino en el mismo mercado de bienes y servicios el factor de la accesibilidad de los productos físicos y de la cercanía de los usuarios, sigue siendo fundamental para el sostenimiento de la vida política, social y económica.

En razón de ello hemos considerado que debemos retomar el diagnóstico de esas otras comunicaciones menos glamorosas, vinculadas a los espacios regionales y locales, a las comunidades y organizaciones de base en ebullición, para analizar la calidad del tejido social y humano que impregna la cotidianidad.

No es la primera vez que la revista aborda estas cuestiones, desde que lo hiciera en el año 1977 en una aproximación a las comunicaciones en la provincia, y, posteriormente, al analizar los movimientos de comunicación alternativa y comunitaria.

Ante el proyecto

Después que salieron a la luz pública las 26 leyes promulgadas por la Ley Habilitante, a los días pudimos conocer un proyecto de ley sobre el área de las telecomunicaciones, la informática y los servicios postales. Las reacciones no se hicieron esperar desde todos los frentes: el académico, el político, el empresarial y el massmediático. El espíritu del proyecto, que se quedó para más adelante según dijeron desde la presidencia y CONATEL, es idear un nuevo modelo en esas áreas con sentido socialista y humanista

■ Víctor Suárez

I- OBSESIÓN POR EL CAUTIVERIO

El paquete de las 26 leyes de última hora quedó incompleto, al menos en telecomunicaciones. El 22 de julio el Consejo de Ministros aprobó el decreto 6.244, contentivo de la nueva Ley de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales. El 28 la recibió el Tribunal Supremo de Justicia para que le endosara carácter de orgánica, tarea que cumplió tres días después de analizar sus 242 páginas. Sin embargo, al momento de fenecer la facultad de utilizar los poderes habilitantes que le otorgó la Asamblea Nacional hace 18 meses, el presidente Chávez dejó a la deriva este proyecto de 392 artículos, 19 disposiciones finales y 13 transitorias.

En vista del vacío, la encomienda ha pasado a manos de la Asamblea Nacional para su consagración no se sabe cuándo, pero pronto.

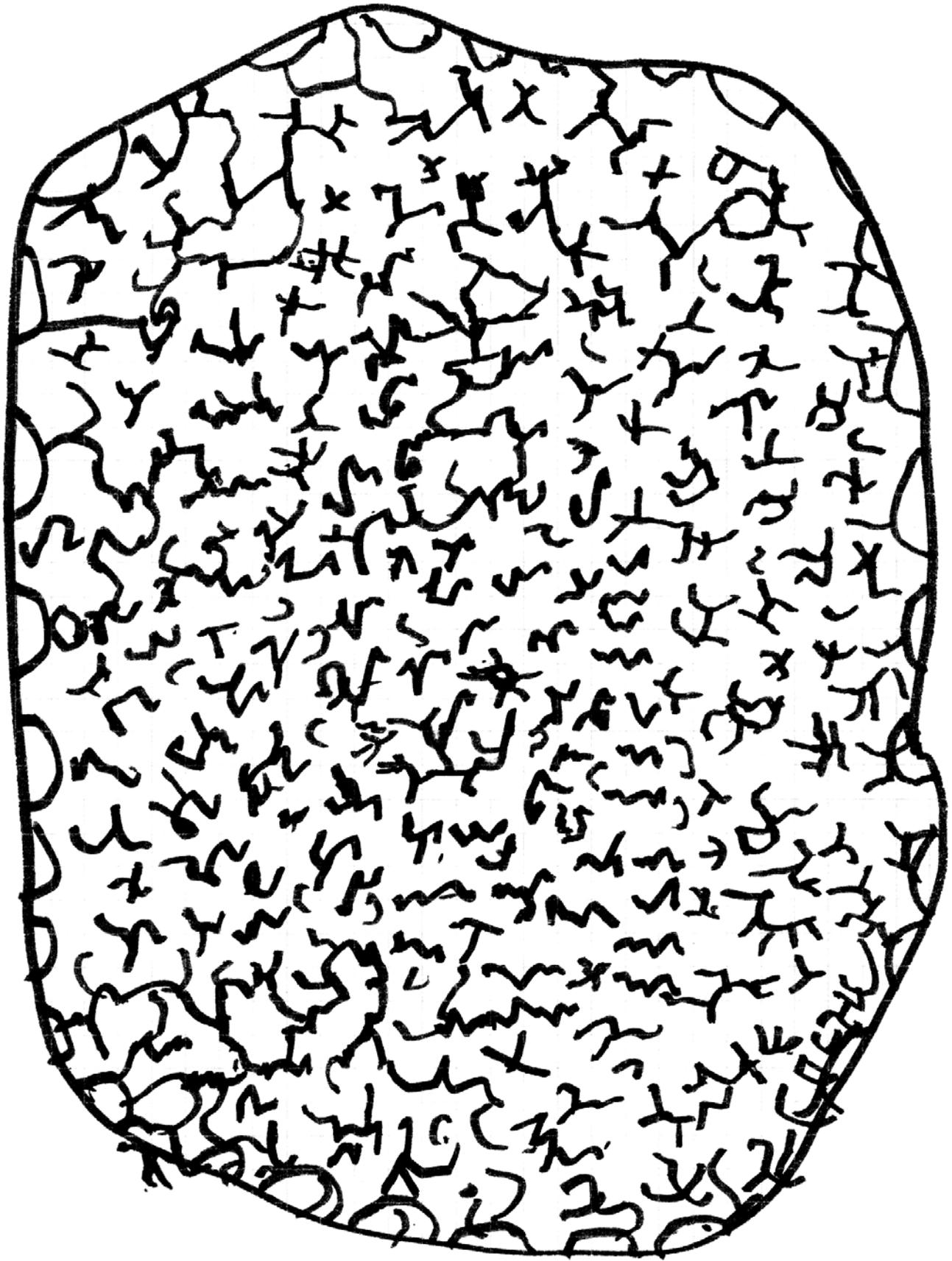
El compendio legal intenta imponer condiciones extremas acaso a los únicos sectores de la economía nacional que bien que mal se han mantenido invulnerables,

incólumes, pujantes y relativamente optimistas ante el descuadernamiento que ha sufrido el aparato productivo nacional en los últimos diez años.

Todo el proceso de formación del decreto se mantuvo en el más absoluto secreto, incluso dos semanas más allá del acto fallido presidencial. No se sabe quiénes fueron sus redactores, quiénes sus pontífices, quiénes sus ensambladores ni el cuerpo de asesores que contribuyó en su concepción y desarrollo. No fue consultada la sociedad en cuyo nombre actúa el Estado; ninguno de los sectores privados involucrados fue llamado para que hiciera observaciones; no se abrió consulta pública ni hubo debate sobre ninguna de sus partes y sus probables consecuencias.

Para sus creadores, según se indica en la exposición de motivos, "hoy se nos presenta la necesidad de idear un nuevo modelo en estas materias (telecomunicaciones, informática y posta restante, su convergencia y complementariedad), incorporando la implantación de una economía social incluyente, productiva, socialista y

de la Ley Orgánica de
Telecomunicaciones,
Informática y Servicios Postales



humanista, al servicio de las personas, que deje de lado la ganancia y el lucro como móvil de la producción...”, etc.

El gremio de operadores resultó sorprendido ante la sentencia del TSJ sobre la declaratoria de orgánica de la nueva ley, y aún no ha conocido su contenido fiel al original, a pesar de haberlo solicitado al Ministerio de Telecomunicaciones.

Todo lo que tengo es tuyo

No caben dudas de lo siguiente: todo lo que se mueva en Venezuela puede ser considerado de utilidad pública y de interés social, bajo la potestad discrecional de suprapoderes presidenciales, en el entendido de que toda actividad es asumible como estratégica para el Estado dirigista. Lo establece la ley para la defensa de las personas en el acceso de los bienes y servicios, que sí pasó la criba de la última *ratio* habilitante. Y también lo determina la nueva ley en ciernes para las redes de telecomunicaciones, aunque continúe nominalmente en vigencia el apelativo “de interés general” para las actividades del sector telecom.

La cuerda se tensa, la regulación ahorca la iniciativa privada, la seguridad jurídica desaparece, las inversiones y las tarifas están condicionadas y controladas, se declara a la operadora estatal Cantv depositaria y ejecutora de todos los proyectos financiados con los recursos del nuevo Fondo de Servicio Universal, cuyos aportantes en gran medida son los operadores privados (en los haberes del FSU se encuentran cerca de 300 millones de dólares sin asignación ni ejecución). Cantv es el nuevo monopolio estatal, como lo era antes de la privatización en 1991. No se define a la competencia leal ni desleal, ni al órgano que la supervisa y controla. En lugar de ordenar aún más al sector, se multiplican las amenazas y las sanciones. El carril por el que correrán las telecom, que es el mejor contribuyente al Producto Interno Bruto Nacional después del petróleo, es fezz y yermo, y se parecerá más al transitado por las yuntas de bueyes que avanzaban ciegos bajo la férula de los gamonales de la época colonial.

Dueño del suiche

En China, a la vista de más de mil millones de espectadores de televisión en todo el mundo que se solazaron con los Juegos Olímpicos de Pekín, la demanda de mayores libertades y respeto a los derechos civiles está en todos los titulares mundiales, los cuales destacan la exigencia de libre acce-

so a la información, incluyendo a la madre de todos los medios en que se ha convertido Internet. En Birmania (Myanmar), el brutal régimen militar destruyó Internet y las posibilidades de comunicación por voz y mensajería a todos sus ciudadanos cuando los monjes de túnicas anaranjadas se levantaron el año pasado. Son dos detalles muy actuales. Pero aún en momentos de conflagración mundial, las leyes estadounidenses no le otorgan al Pentágono y sus epígonos del guerrerismo potestad para *tumbar* las comunicaciones del país y dejar sin expresión a más de 250 millones de súbditos del imperialismo yanqui. Durante 50 años, el Estado opresor cubano no dejó que se desarrollara la infraestructura de telecom y se ha convertido en una inconcebible novedad que los cubanos tengan hoy la posibilidad de usar un teléfono móvil.

La nueva ley telecom en Venezuela le otorgará al Presidente la potestad de suspender la transmisión de comunicaciones cursadas a través de los distintos medios de telecomunicaciones. Mire bien. Todas las comunicaciones, todos los teléfonos, móviles y fijos, alámbricos e inalámbricos, todas las conexiones nacionales e internacionales, todos los emplazamientos de infraestructura y las vías generales de telecomunicaciones, todo el arsenal que se ha instalado en Venezuela desde hace setenta años, incluyendo al fax y el télex, todas las transacciones electrónicas, y por extensión exagerada todas las cuerdas vocales de la nación. Cualquier excusa sería válida, a tenor de una década de antecedentes, para imponer un apagón nada virtual a 27 millones de venezolanos y el aislamiento internacional. “El orden público, la seguridad y los intereses de la nación”, tales son los argumentos que sustentan la disposición número XI del legajo punitivo.

Con esta ley el Estado lo es todo. No otorga ningún resquicio para la consulta a los ciudadanos, a los prestadores de servicios ni a los proveedores de tecnologías. La participación, consigna que aureoló la promisión revolucionaria en sus tiempos de mayor efervescencia, desaparece exactamente en el ámbito donde más interviene el ciudadano común.

El Estado se convierte en juez, parte y escabino. El Ministerio de las Telecom adopta rol de supremo ejecutor. Conatel deriva en organismo de puros trámites y sustanciaciones. La mano final es la presidencial, que firma, autoriza, quita y pone, legisla, reglamenta, impone. Se implantará, también en telecom, un esquema de economía de planificación centralizada.

II- INTENCIONES CONGELADAS

Aparte de la generalizada protesta nacional ante el paquete de 26 decretos-ley que el Presidente dictó a última hora de su mandato habilitante, el contenido del que se le quedó en la manga jurungó aún más el avispero. En este caso sobrevino una especie de juego teatral entre funcionarios gubernamentales que no lograron ocultar las intenciones del Ejecutivo de regular *in extremis* los servicios e imponer disposiciones que alguien calificó de contra natura. El Tribunal Supremo avaló su carácter “orgánico”, con lo cual comprobó su existencia, pero la Asamblea Nacional lo negó, aunque horas antes la ministra de Telecomunicaciones lo había admitido: días después el mismo Presidente se ocupó de desechar su pertinencia. “¿Que yo necesite una Ley (de Telecomunicaciones) para limitar la libertad de expresión? Para nada”, “cuando tuve la oportunidad de oro para cerrarlos a toditos (los medios de comunicación en abril de 2002), no lo hice. No me la den otra vez”, bramó su advertencia.

Tiempo después del aspaviento, los gremios, entes y empresas involucrados aún no terminan de estudiar lo que se ha constituido en un borrador de intenciones. Personalmente pienso que ese proyecto se quedará deambulando en el éter mientras pasa la tormenta electoral del 23 de noviembre, y que luego de un período de consultas (que había sido obviado en el primer amago) quizá sea sometido a la consideración de la Asamblea Nacional durante el primer semestre de 2009. Entonces el debate será más abierto y mejor informado.

El ojo crítico nacional se ha enfocado en los aspectos del proyecto que ha considerado más estatistas, punitivos, controladores y lesivos a la libre competencia y a las libertades de comercio, información y expresión. Sin embargo, el ensamblaje legal filtrado a los medios contiene muchos aspectos que en efecto requieren de un efectivo marco regulatorio, el cual va mucho más allá que los relacionados con las telecomunicaciones. Entre ellos se encuentran actividades como el comercio electrónico, la certificación de firmas electrónicas, la validez de la cédula electrónica de identidad, definición de las instancias competentes, la seguridad electrónica, la mensajería electrónica y muchas más que contienen la electrónica como cognomento. También requieren de regulación específica las actividades del comercio y explotación de los recursos satelitales, cuestión que está incluida en el proyecto. También

existen en éste asuntos que por ser meros anuncios (como el del punto único de acceso a Internet) no necesariamente deberían formar parte de una ley, sino de un reglamento, ajustado éste a las obligaciones y previsiones internacionales que prescriben los organismos encargados de la gobernabilidad mundial de la red. Y también se acopian temas que el avance tecnológico podría borrar en breve plazo (como la obligatoriedad de la utilización de la Señalización Número Siete en las redes de telecomunicaciones).

La ministra Socorro Hernández ha atinado al decir que la creación del Ministerio de Telecomunicaciones (febrero de 2007) requiere de “un piso (legal) para que pueda trabajar mejor”. En efecto, ese ministerio agrupa una serie de áreas que obligan a una reestructuración de la burocracia. Un ejemplo: Conatel, hasta ahora ente regulador de las telecom, deberá extender su autoridad hasta los organismos que regulan las actividades informáticas y los servicios postales. Es pertinente el reacondicionamiento burocrático, consecuencia de la nueva estructura que crea.

Todas estas cosas y muchas más seguramente serán motivo de una discusión más serena, dirigida a la búsqueda de consensos, una vez que pase el vendaval sobrevenido tras el descubrimiento de que alguna falla en las sincronías gubernamentales permitió a la opinión pública conocer y denunciar lo que se le quedó en la manga al Presidente.

■ **Víctor Suárez**
Periodista y columnista del diario *El Universal*. Director de INSIDE TELECOM

CARTOGRAFIANDO EL PROYECTO DE LEY

Gustavo Hernández Díaz
(Director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO-UCV)

En términos generales, el proyecto *Ley de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales*, en su primera versión, está conformado por una exposición de motivos, 391 artículos, y un conjunto de disposiciones finales, con el objeto de regular los medios de radiotelevisión, Internet y los servicios postales. Estas son algunas de las observaciones que se le pueden hacer a este proyecto de Ley:

1- Uno de los rasgos de la centralización del poder radica en anular la consulta popular sobre las leyes y decretos en materia comunicacional. El Consejo de Ministros y la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia refrendaron el proyecto de *Ley de Telecomunicaciones, de Informática y Servicios Postales* para su discusión en la Asamblea Nacional, sin que dicho proyecto se sometiera a consulta pública tal como lo estipula el artículo 70 de la Constitución Nacional: “*Son medios de participación y protagonismo del pueblo en ejercicio de su soberanía, en lo político: la elección de cargos públicos, el referendo, la consulta popular, la revocatoria del mandato, las iniciativas legislativa, constitucional y constituyente, el cabildo abierto y la asamblea de ciudadanos y ciudadanas cuyas decisiones serán de carácter vinculante (...)*”

2- El proyecto de ley tematiza de manera abierta la Informática y la separa del sector de las telecomunicaciones. Sin embargo, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones de junio de 2000, que aún no ha sido derogada, incorpora la Informática en este sistema comunicacional, sin que haya ningún tipo de distinción entre los formatos y contenidos que se transmitan por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros medios electromagnéticos, inventados o que aún están por inventarse.

3- La exposición de motivos de este proyecto articula a las telecomunicaciones con “el nuevo modelo socialista productivo”, modelo político y económico de carácter gubernamental que, dicho sea de paso, no aparece refrendado en la Constitución Nacional ni mucho menos en las normativas jurídicas en materia de comunicación, como la *Ley de Responsabilidad Social en Radio de Televisión* de diciembre de 2004 y

la *Ley de Telecomunicaciones*, que aún sigue vigente.

4- Tanto en la exposición de motivos como en el artículo 269 se prohíben la difusión y la divulgación de: “*(...) mensajes masivos no deseados que previamente no hayan sido solicitados o expresamente autorizados por los destinatarios de los mismos*”. En esta dirección, se restringe la libertad de expresión y la pluralidad de las ideas a través de Internet. No se define lo que se entiende por mensajes de esta índole. A nuestro juicio, *los mensajes no deseados* pueden abarcar un registro muy amplio de mensajes que van desde los contenidos xenofóbicos y pornográficos, como aquellos mensajes de naturaleza crítica contra el gobierno, que pretendan ofrecer un llamado de alerta sobre hechos de corrupción política y económica. De esta forma se está contraviniendo los artículos 57, 58 y 143 de la Constitución Nacional, que se refieren al libre ejercicio del derecho a la información y a la libertad de expresión así como los tratados internacionales en materia de libertad de expresión y de información como, por ejemplo, la resolución 59(l) de la Asamblea General de la ONU de 1946 y el artículo 19 de la Declaración de los Derechos Humanos. Siendo así, el tránsito de información en Internet se vería muy limitado con este proyecto de ley, tanto por la intimidación política del modelo socialista que predica el sector oficialista, como por las altas multas contempladas por el régimen sancionatorio contempladas en este proyecto de ley.

5- El artículo 68, prevé que el Estado, por asuntos de seguridad y defensa, podrá reservarse servicios o actividades de telecomunicaciones, informática y servicios postales en cualquier parte del territorio nacional; lo cual implica que las comunicaciones públicas (páginas Web, facebook y blog) y privadas (chat y correos electrónicos) que se difunden por Internet podrán ser controladas, suspendidas o suprimidas, desde el poder ejecutivo. De modo que las condiciones están dadas para que se active el *Sistema Nacional de Inteligencia y Contrainteligencia*, derogada por el propio Presidente en mayo de 2008, como consecuencia de la presión social que se ejerció en torno a este tema. Recordemos que este Sistema (...) tiene por finalidad controlar las comunicaciones por Internet que, según el gobierno, sean de valor estratégico para la nación. Por otra parte, con la renacionalización reciente de la CANTV y con el satélite

Simón Bolívar estamos en el umbral de la superautopista de la comunicación y de la información gubernamental, lo cual establece las condiciones para el control ideológico de Internet.

6- Si nos atenemos a la lógica de la gubernamentalización de las comunicaciones y dentro del modelo socialista que propugna el Ejecutivo Nacional y la Presidencia de la República, en esta complejidad política-doctrinaria, la libre empresa en televisión se verá más afectada porque tendrá que acatar la difusión de mensajes oficiales y de alocuciones presidenciales a través de la televisión por suscripción. Desconocemos cuáles serán los mecanismos que utilizará el gobierno para incorporarse en la franja horaria de la televisión por suscripción y del mismo modo desconocemos la frecuencia de mensajes gubernamentales que deberán transmitir estos canales a través de su programación regular.

7- El proyecto de ley (...) sigue manteniendo el control gubernamental de la nueva CONATEL, siguiendo las normativas de la Ley de Telecomunicaciones de 2000. El artículo 13 de este proyecto de ley reza que tanto el presidente o presidenta como el consejo directivo de CONATEL será de libre nombramiento y remoción por parte del Presidente de la República, anulando la autonomía de esta institución que debería ser garante de la democracia comunicacional.

8- El artículo 96 reduce la concesión del espectro radioeléctrico a 15 años, cuando en la Ley vigente correspondía a 25 años. Esto no se justifica jurídicamente en ninguna parte de este proyecto de ley.

9- El artículo 126, sobre el régimen de concesión para el uso y explotación del espectro radioeléctrico señala, en su inciso N-5, que las concesiones serán negadas: "Cuando surjan graves circunstancias atinentes a la seguridad del Estado que, a juicio de la Presidenta o el Presidente de la República Bolivariana de Venezuela, hagan inconveniente su otorgamiento". Vista esta providencia legal y en las actuales circunstancias de polarización política, se cercena la posibilidad de que la sociedad civil organizada, que mantiene una crítica democrática sobre las actuaciones del gobierno, pueda tener la oportunidad de obtener concesiones en radio y televisión.

10- En la exposición de motivos, sobre la *Promoción y desarrollo de las telecomunicaciones y la informática*, en su inciso N° 4, se

prevé que el Estado fomenta el acceso y la elaboración de programas y contenidos de aprendizaje en línea. Sin embargo, consideramos que estos contenidos virtuales estarán determinados por la lógica gubernamental de la nueva CONATEL, basada en el modelo político socialista que opera como principio fundamental en el proyecto de ley. Ya se ha dicho que la CONATEL está supeditada a los dictámenes del poder ejecutivo, negándose la posibilidad de la autonomía de los poderes públicos. Por otra parte, el Estado-gubernamentalizado determinará por razones políticas los contenidos informativos que no atenten en contra de los intereses del sector oficial, tal como se expresa en la exposición de motivos de este proyecto. En esta dirección, el Estado: "(...) *mantiene la posibilidad de que (...) pueda exonerar total o parcialmente del pago de los tributos (...) a las emisoras de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias (...)*".

En resumen, el proyecto de *Ley de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales* tiene toda la intención de controlar las comunicaciones masivas y la Internet dentro de la lógica gubernamental que consiste en propagar su ideario político con fines estrictamente proselitistas, contraviniendo la Constitución Nacional y sus artículos referidos a la libertad de expresión y la pluralidad de las ideas. No obstante, la sociedad civil organizada, la academia y los gremios en general podemos invocar el artículo 211 de la Constitución Nacional para que se someta a consulta pública este proyecto de ley. Dicho artículo reza:

La Asamblea Nacional o las Comisiones Permanentes, durante el procedimiento de discusión y aprobación de los proyectos de leyes, consultarán a los otros órganos del Estado, a los ciudadanos y ciudadanas y a la sociedad organizada para oír su opinión sobre los mismos. Tendrán derecho de palabra en la discusión de las leyes los Ministros o Ministras en representación del Poder Ejecutivo; el magistrado o magistrada del Tribunal Supremo de Justicia a quien éste designe, en representación del Poder Judicial; el o la representante del Poder Ciudadano designado o designada por el Consejo Moral Republicano; los o las integrantes del Poder Electoral; los Estados a través de un o una representante designado o designada por el Consejo Legislativo y los o las representantes de la sociedad organizada, en los términos que establezca el Reglamento de la Asamblea Nacional. (Subrayado nuestro).

Marcelino Bisbal

(Equipo de la revista *Comunicación*)

1. En primer lugar hagamos una apreciación de carácter más bien general, que tiene que ver con el hecho de que este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de las Telecomunicaciones, la Informática y los Servicios Postales fuera excluido, primero del paquete de leyes que se aprobaron a través de la última Ley Habilitante(26 textos legales a los que se ha llamado *el paquetazo*), y luego, según ha anunciado la vocería de la Asamblea Nacional (AN), de un conjunto de 16 leyes más que promulgará en breve tiempo. ¿Por qué se excluyó este Decreto que ya tenía hasta número –el 6.244– de ambos paquetes? ¿Qué razones privaron para su exclusión? ¿Razones técnicas o razones de oportunidad política?

El proyecto existe porque los medios lo han considerado, los periodistas lo han comentado y los especialistas lo han reflexionado de manera crítica. Es tan real que tiene una numeración como Decreto, consta de 391 artículos, se nos presenta en diecisiete títulos y se desarrolla en 242 páginas. Sin embargo, el presidente de la Comisión de Ciencia, Tecnología y Comunicación Social de la AN ha dicho que no, que él lo desconoce; al igual que lo ¿desconoce? el mismísimo ciudadano Presidente de la República según sus propias palabras. Pero la ministra de Telecomunicaciones e Informática –la señora Socorro Hernández– no lo negó en ningún momento y prometió una consulta y discusión pública para más adelante. Igualmente, la magistrada Luisa Estela Morales, el pasado 29 de julio de 2008 en su ponencia y luego en la sentencia del Tribunal Supremo de Justicia, le dio el carácter orgánico al proyecto de Ley de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales y esto fue conocido por el propio Presidente de la República y aprobado en el Consejo de Ministros.

Es decir, el proyecto tiene existencia y presencia. Hubo evidentes contradicciones en el seno del gobierno y, seguramente previendo reacciones sociales como las que se dieron con el proyecto de Ley de Educación y como las que se manifestaron con la Ley de Inteligencia y Contrainteligencia, ambas fueron derogadas. Porque en un clima electoral lo mejor era *recular* y esperar mejores momentos, por aquello de la *huida hacia delante*.

2. La otra apreciación es más bien técnica. Ésta tiene que ver con el hecho de presentar en una sola ley la convergencia de tres sectores comunicacionales tan importantes en estos tiempos de revolución tecnológica. Este elemento nos parece un adelanto por el hecho de la llamada *convergencia tecnológica* que hoy día se da entre los massmedia, la informática y las telecomunicaciones. El núcleo tecnológico, no así el sociológico y el político, de este proyecto de ley se orienta y nos remite a las tecnologías del procesamiento de la información y de la comunicación que hoy convergen en un evidente proceso de convergencia o de interrelación. En estos tiempos no se puede entender el funcionamiento independiente y autónomo de cada uno de los sectores que involucra el proyecto de ley. En ese sentido, hay un avance que se oscurece por las consideraciones de control y de regulación que están presentes página tras página aún en aquellos aspectos de carácter tecnológico.

3. El hecho de contemplar la *convergencia tecnológica* fusionando jurídicamente tres sectores tan importantes como el de los medios, la informática y las telecomunicaciones es un paso de avance tal como apuntamos arriba. Eso implica, como lo plantea el proyecto, derogar la actual Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la derogatoria parcial de la Ley Orgánica de Ciencia y Tecnología, la derogatoria de la Ley de Correos, así como todo un conjunto de resoluciones y decretos que contemplan asuntos relativos objeto de este proyecto de Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales. En síntesis, el proyecto técnicamente logra enlazar el hilo de tres sectores que son el eje de la revolución actual en el esquema de obtención, procesamiento-codificación y transmisión-circulación de información-comunicación.

4. Teniendo ese aspecto que hay que valorar, consideremos algunos puntos críticos que también hay que evaluar y pensar bien. Señalaríamos como los nudos críticos del proyecto los siguientes:

-Este gobierno en funciones de Estado tiene la necesidad, por su propia naturaleza, de controlar y de regular muchos ámbitos de la vida social. Así, el proyecto está impregnado de una filosofía estatizante como la mayoría de las 26 leyes del *paquetazo*.

-En lo que tiene que ver con las sanciones y con las consideraciones de orden tecnológico, se cuele otras característica de este proceso político como es la actitud re-

presiva hacia manifestaciones ciudadanas y de la libertad que hoy nos proporciona la revolución tecnológica que estamos viviendo especialmente con la red, es decir el Internet.

-La idea del control político de la red, que implica una consideración de relación entre el Estado y la sociedad. No es la tesis de Gramsci, autor que gustan referir desde el gobierno, sino todo lo contrario. El núcleo del planteamiento de Gramsci hay que verlo en sus teorías relativas a la absorción del Estado por medio de la sociedad civil, pero aquí pasa todo lo contrario, es decir, la absorción de la sociedad civil por medio del Estado.

-El aumento del poder controlador hacia la *convergencia tecnológica* desde el Estado. Hay poca flexibilidad en la gestión por parte de los operadores. Todo debe pasar por el *ojo vigilante* del Estado. En ese sentido, se reduce considerablemente la descentralización e interconexión de las empresas operadoras. Esto implica, como lógica consecuencia, un aumento a mediano y largo plazo del poder del Estado-gobierno frente a la sociedad, al ciudadano.

-Restricción evidente a la inversión extranjera.

-Se amplía considerablemente el régimen de las sanciones. De 23 se pasa a 57 motivos por supuestos sancionables. Igualmente, se aumenta para las empresas privadas que participen en el sector los montos de las multas. Se incluyen hasta multas de 30.000 unidades tributarias por diversas infracciones a las normas. Muchas de esas infracciones están sometidas a la subjetividad de los entes gubernamentales del sector y de los propios funcionarios.

-El tema de la expropiación y decomiso de equipos, así como la revocatoria de la concesión. Todo avalado "por la utilidad pública e interés social de las redes de telecomunicaciones".

-Lo relativo a la suspensión de transmisiones por parte del Presidente o Presidenta de la República cuando el orden público, la seguridad o los intereses de la Nación lo "demanden" o "exijan". Pregunta: ¿cuál es el criterio objetivo para determinar razones de seguridad y razones de Estado? Desde ese ámbito de actuación lo que se está haciendo, como se hizo en casi todas las 26 leyes de la Habilitante es decretar un poder omnímodo de la figura del Presidente de la República.

-El llamado plan de reserva de frecuencias para el Estado con carácter preferen-

cial. Esto tiene que ver con el otorgamiento de las frecuencias a los medios de comunicación del Estado.

-La interconexión, es decir la creación del punto único de acceso a la red. Esto significa que el Estado, tal como lo establece el proyecto, determinará el órgano rector o empresa del Estado que tendrá a cargo la instalación, operación y mantenimiento del punto de interconexión o punto de acceso a la red de proveedores de servicios de Internet.

-Se mantiene el *encadenamiento de la Nación* a través de la transmisión gratuita de mensajes y alocuciones oficiales. Como simple muestra, en este asunto que también se pauta en la actual Ley Orgánica de Telecomunicaciones a través del Art. 192, desde que este gobierno asumió en 1999 hasta el mes de junio de 2008 hemos tenido un total de 1.731 cadenas, con un tiempo de 1.067 horas, 27 minutos, 36 segundos. En 1999 cuando tomó posesión el actual Presidente de la República se transmitieron 4 cadenas presidenciales que totalizaron 8 horas y 14 minutos de duración en el horario matutino, vespertino y *prime time* estableciéndose un record de ocupación de la pantalla televisiva en una transmisión gratuita de este tipo.

5. El artículo 96 del proyecto establece que las concesiones de uso y explotación del espectro radioeléctrico no podrán exceder de quince años, y las mismas se podrán renovar por períodos de hasta quince años más. Creemos que este artículo tiene una doble consecuencia que va desde la que tiene que ver con el plan de inversión del operador del espectro hasta la consideración de orden político.

Por un lado, las actividades de telecomunicaciones en su proceso de convergencia implican altos costos de inversión para la adecuación y actualización tecnológica y quince años es poco tiempo según opinan los especialistas en la materia. Esto tiene que ver con la recuperación de capitales y la innovación tecnológica. Sería más adecuado, según los mismos especialistas en tecnología de procesamiento y transmisión de información, una concesión de 30 años. Y por el otro lado, la reducción de la concesión también tiene un componente político que se hace explícito según la criticidad de los medios y por la consideración de *cómo te has portado* frente al régimen. Finalmente, en términos de inversión de capital hace poco viable económicamente la explotación del espectro radioeléctrico por quince años

y que luego debe ser sometida la concesión para su renovación “al criterio del ente rector”. Pregunta: ¿cuáles son esos criterios, de que naturaleza, alcances de los mismos? ¿Cuál es el componente político-ideológico del criterio? ¿Qué privará para la renovación en términos técnicos y políticos?

6. Estamos en presencia de una concepción del Estado profundamente represiva y sancionatoria. Para este gobierno que ha decretado recientemente que Venezuela es de “utilidad pública”, entonces desde esa visión todo en la vida social del país y de los venezolanos tiene una importancia estratégica, y en ese sentido cuando hay desviaciones a esa consideración estratégica deben ser castigadas, penadas, excluidas, sancionadas. Este proyecto de ley no escapa a esa idea que se transparenta en las actuaciones del gobierno central. El proyecto de telecomunicaciones lo expresa claramente en su exposición de motivos al decir que “en el Régimen Sancionatorio se han ampliado los supuestos sancionados...ello a los fines de mejorar y en otros actualizar el régimen sancionatorio vigente hasta la fecha en las materias de telecomunicaciones, informática y servicios postales, asegurando de este modo el carácter disuasivo de las mismas”. Los montos de las sanciones van desde 2.000 unidades tributarias hasta la cifra exorbitante de 30.000 unidades tributarias. Esto cuando se trata de multa, pero en otros casos se establece la revocatoria de la concesión, la inhabilitación, hasta el decomiso de equipos y materiales utilizados para la prestación del servicio de telecomunicaciones y la prisión como otra sanción.

7. Ahondemos un poco más en la idea de que el Estado controle un punto único de acceso a la red. Ese planteamiento nos parece una barbaridad que hasta ahora no tiene ninguna explicación de orden tecnológico. La única explicación, irrisoria por demás, la dio la ministro Socorro Hernández cuando dijo que no podía seguir siendo el que nuestras comunicaciones vayan primero a Miami y se preguntó ¿por qué es desde ahí que tienen que salir necesariamente todas nuestras comunicaciones? Sobran los interrogantes. La explicación que más se acerca a la realidad es la de controlar políticamente e ideológicamente la red, el Internet. ¿Cómo puede ser que todas las comunicaciones tengan que pasar por un punto único? ¿Cuál es la explicación técnica? Ninguna. ¿Acaso no es este el modelo de China, o el de Cuba? ¿No es la idea del Gran Hermano orwelliano controlando todo, hasta la manera de hacer el amor? ¿Es la fantasía crítica de Orwell

convertida en realidad sobre la vida social? Creemos no exagerar. Un párrafo de 1984 lo ilustra más que literalmente: “Había que vivir -se vivía, por el hábito que se volvía instinto- en la presunción de que cada sonido era escuchado, y, excepto en la oscuridad, cada movimiento era espiado”. ¿Es una exageración?

8. Surge entonces la interrogante: ¿el gobierno tiene intenciones de controlar la información que se genera en la red? En el núcleo del manejo de la información-comunicación del presente se encuentra cada vez más el Internet y todo lo relativo a la red. Esto se debe a su potencial y espectacular influencia en los procesos de transmisión-circulación-consumo de información. Para un gobierno que le ha dado tanta importancia a las comunicaciones en su consideración estratégica, en su visión de la soberanía y seguridad nacional, nada de extraño tendría el que tuviera intenciones de controlar la red y lo que por ella circula. El proyecto es demasiado transparente en muchas consideraciones que tienen que ver con esa idea del control jurídico, de control político y de control gubernamental.

Los intereses del Estado siempre se perciben dentro de un marco ideológico, y dentro de este gobierno que tiene una concepción ideológica de la vida y de la sociedad desfasada de los signos de los tiempos nada de extraño sería el hecho de querer controlar la información de todo tipo. Creemos que el interés político por ese control siempre ha estado presente. Así por ejemplo recordemos que el 16 de julio del año 2007 en un encuentro llevado a cabo en la sede de la CANTV el señor William Rodríguez, que para ese entonces era Gerente de Transición al Socialismo, expresó claramente que “las mesas técnicas de telecomunicaciones, conjuntamente con los consejos comunales tendrán en sus manos la decisión sobre las restricciones que se harán a los contenidos de Internet, de acuerdo a las necesidades que tenga cada comunidad”. Es muy posible que Venezuela, y algunos lineamientos del proyecto de telecomunicaciones van en esa línea, imite a ciertos gobiernos que son reconocidos mundialmente por sus restricciones a la Internet y a las telecomunicaciones. Nos referimos a China con quien se convino para la construcción del Satélite Simón Bolívar que se pondrá en órbita en noviembre de este año y con Cuba con quien hay acuerdos en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación y con quien existe un convenio de cooperación para un tendido de fibra óptica entre la isla y nuestro país.

El interés político del gobierno y el pensamiento neototalitario que lo inspira nos lleva a expresar aquello que un grupo de investigadores de la comunicación dijéramos a propósito de la Ley Resorte por allá en el 2005. Dijimos con relación a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, y pensamos que es aplicable a este proyecto de Ley de Telecomunicaciones, Informática y Servicio Postal, que en los rasgos definitorios de la misma no está de ninguna manera presente, entre otros:

- a- La reconstrucción del proyecto público de televisión, tomando en consideración la realidad de las nuevas tecnologías y el fenómeno de la globalización.
- b- El reconocimiento y expresión de la diversidad cultural del país.
- c- Garantía de la pluralidad ideológico-política.
- d- Reconocimiento del principio de propiedad privada en la industria de la radio y la televisión venezolana.
- e- Garantía de información plural.
- f- Reconocimiento de lo regional.
- g- Los medios como espacios complementarios de formación y ejercicio de la ciudadanía.

9. Este proyecto de ley también contempla lo relativo a otras formas de comunicación desde la estimulación a la creación y continuidad de emisoras y canales comunales y alternativos. Digamos algo al respecto.

En este gobierno hay una obsesión por lo mediático. Todo fracaso por incapacidad de gestión se le atribuye a lo mediático como término y como realidad. Así se puede explicar el cerco jurídico, el cerco de agresión física y verbal hacia los grandes medios, al igual que la necesidad que ha tenido este gobierno por dotarse de un estructura mediática sin precedentes en la historia del país y de desarrollar una extensiva e intensiva propaganda-publicidad. De ahí se desprende la significación estratégica que le ha dado a la idea de estimular jurídicamente, tecnológicamente y financieramente la creación de un vasto escenario de medios –emisoras y televisoras– alternativos y/o comunitarios. Al observar toda esa estructura de medios en manos del Estado, advertimos la presencia de un *Estado-comunicador* que ha visto en la información y la comunicación el espacio privilegiado para la educación e ideologización en pos de una *sociedad socialista* que es el objetivo prioritario hacia donde se orienta es-

te proceso gubernamental en funciones de Estado.

De igual manera, toda esa plataforma de medios que se ha venido concretando en los últimos años en manos del gobierno pone a prueba dos consideraciones importantes de apuntar: la primera que tiene que ver con el papel del Estado y de las políticas públicas en comunicación y la otra, la articulación del Estado con este ámbito tan estratégico como lo es la comunicación.

En lo que tiene que ver con estos medios habría que discutir la consideración de qué estamos entendiendo, en los actuales momentos, por comunicación alternativa y comunicación comunitaria. Lo alternativo y lo comunitario se enfrentaban por definición, allá en los años setenta y ochenta, a cualquier forma de dominación no importara de donde viniese, ya fuera la del Estado o la de las grandes industrias culturales. Además, esas formas de comunicación interpelaban a actores de la sociedad civil, al mismo Estado, así como también a la racionalidad mercantil de los grandes medios de comunicación. Trataban de diferenciarse de las comunicaciones concebidas bajo el parámetro de la racionalidad instrumental, así como de los lenguajes dominantes de producción. ¿A qué viene esta esquemática discusión? Creemos que esa precisión conceptual sigue estando vigente. Porque no se concibe un conjunto de medios alternativos y comunitarios aupados desde el gobierno y mucho menos es comprensible su intromisión y *animación* para gestionar el desarrollo de estas formas de comunicación. Es comprensible que un gobierno que quiere tener ingerencia en todos los procesos sociales por la idea del poder que él encara y que aspira a mantener en forma hegemónica, intervenga auspiciando a la comunicación alternativa y comunitaria.

En ese sentido, el proyecto de Ley de Telecomunicaciones, Informática y Servicio Postal en su artículo 64 le otorga al Ministerio con competencia en materia de telecomunicaciones, informática y servicios postales coadyuvar con el Sistema Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria. Más claro y explícito no se podía ser...

Raisa Urribarri

Reseña desde la Universidad de los Andes

El texto existe. El Decreto con rango, valor y fuerza de Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la Informática y Servicios Postales tiene el número 6.244 y fue recibido por la Secretaría de la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia el 29 de julio pasado (<http://www.tsj.gov.ve/decisiones/scon/julio/1257-310708-08-0975.htm>). Lo que no sabemos es si ese, en efecto, se corresponde con el borrador que, como hemos dicho antes, se ha convertido en un secreto a voces y disparado agudas alarmas.

La posible promulgación de una nueva ley para el sector de las telecomunicaciones, como ha sido anunciado por la ministra Socorro Hernández, nos ha puesto de frente la necesidad de saber. Los ciudadanos, al menos quienes convocados por las Universidades de Los Andes y Central de Venezuela nos reunimos mediante videoconferencia en Mérida, Caracas, Valencia y Barquisimeto el jueves pasado, manifestamos nuestro interés por participar en las discusiones que se llevarán a cabo para definir los términos de este nuevo texto legal. Para ello, por supuesto, la información es vital.

Grosso modo, este fue uno de los aspectos en que coincidimos. Si una nueva ley va a ser sometida a aprobación por parte de la Asamblea, ésta debe ser consultada. Hacerlo de otra forma contraviene el espíritu de la Constitución que define a nuestra sociedad como democrática, participativa y protagónica.

Mientras, sin embargo, la jornada nos permitió, más allá de analizar algunos elementos críticos del borrador que se ha filtrado, constatar la riqueza y la diversidad de opiniones en torno a las distintas aristas de una ley tan compleja como el sector que pretende regular.

Cabe resaltar también que, a pesar de las negativas iniciales de algunos representantes del sector público invitados al foro, finalmente se hizo presente Francisco Obispo, en representación del Centro Nacional de Innovación Tecnológica, órgano que depende del Ministerio de Ciencia y Tecnología (http://www.cenit.gob.ve/cenitcms/index_1.html) y al cual está adscrita la Red Académica de Centros de Investigación y Universidades Nacionales (Reacciun), plataforma mediante la cual se enlazaron las universidades en remoto.

Desde la UCV

La jornada comenzó con las palabras de la abogada Adela Vivas, representante del sector empresarial, quien destacó –con el borrador del Decreto 6.244 en mano– que del Reglamento de Telecomunicaciones del año 1940, que constaba de 30 artículos, se pasó en el 2000 –luego de seis décadas– a una ley de carácter orgánico de 220. Hoy –afirmó– “la propuesta a la cual hemos tenido acceso contempla 425”, lo cual es comprensible dado que amplía su campo de competencias para incluir la informática y los servicios postales. Una de las observaciones principales de Vivas fue la referida a la desaparición de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) como un servicio autónomo, para convertirse en “una especie de dirección del Ministerio”. Igualmente destacó que el Fondo de Servicio Universal, constituido con el aporte del 1% de las ganancias brutas de las empresas del ramo, según el decreto de marras sólo podrá ser utilizado por la operadora del Estado y, además, para fines distintos al del desarrollo de las telecomunicaciones.

Luis Fernandez, profesor de la UCV experto en temas de numeración (http://es.wikipedia.org/wiki/Protocolo_IPd) destacó que el citado decreto, al referirse a ese asunto en los artículos 154 y 155, no establecía las necesarias distinciones entre los planos de control y de tráfico. En la misma dirección, Francisco Obispo, con dilatada experiencia al frente de la administración del NIC.VE (<http://www.nic.ve/>) (desde el 16 del mes pasado es operado por CONATEL), subrayó que se debía “meter la lupa a lo que puede y no puede ser regulado, pues en los temas de interconexión, de números IP y de nombres de dominio, se ha impuesto la autorregulación”. El NIC.VE, según sus apreciaciones, “es una estructura crítica, pues hay cerca de 60 mil dominios y la infraestructura requiere de garantías y seguridad superiores”. A su juicio, la creación de un NAP (*Network Access Point*, por sus siglas en inglés) es deseable, pero “se debe garantizar la transparencia de su uso”. Según informó, a finales de año CANTV generará un punto de tráfico nacional. En su papel de moderador del panel situado en Caracas, Luis Germán Rodríguez, profesor de la UCV y consultor de la Fundación Redes y Desarrollo, llamó la atención sobre la necesidad de mirar estos temas de manera multisectorial, tal y como lo promueve desde los inicios de esta década la Organización de las Naciones Unidas que, a través de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), impulsa la construcción de la sociedad de la información.

En Mérida

El panel de Mérida comenzó con las palabras de Luis Núñez, director del Consejo de Computación Académica, quien al presentar a sus colegas, como él fundadores de la Red Académica de la ULA, subrayó el protagonismo de las universidades públicas en la introducción de Internet en el país y recordó que fue Reacciun el primer proveedor de este servicio en Venezuela.

Ermanno Pietrosemoli, presidente de la Escuela Latinoamericana de Redes (<http://www.eslared.org.ve/>), al mencionar el Punto Único de Interconexión, hizo un parangón entre éste y el suministro de energía eléctrica: "Los recientes apagones son consecuencia de la dependencia del suministro de energía que viene desde Guayana por una única línea de transmisión. Un punto único sería algo como eso, algo en pondría en riesgo la confiabilidad del sistema de comunicaciones". Consideró negativo lo atinente al término de duración de la habilitación administrativa para operar las concesiones, el cual, según el decreto en cuestión, no podrá exceder de 15 años. "Las inversio-

nes requeridas para ciertos tipos de sistemas no son recuperables en tan corto plazo, a menos de que se le cobre a los consumidores tarifas muy altas. El único *backbone* de comunicaciones existente en el país es el de CANTV. Cualquier empresa que quiera construir otro *backbone* se vería en grandes dificultades para poder recuperar la inversión en 15 años, a menos de que cobrara precios excesivos a los usuarios", afirmó.

Pietrosemoli también llamó la atención sobre un curioso artículo, el 86, denominado *Silencio Negativo*, el cual establece que las solicitudes hechas a CONATEL que no sean respondidas en los lapsos previstos deben considerarse denegadas. A juicio del profesor, con el fin de movilizar la burocracia debería exigirse que, por el contrario, las solicitudes no evacuadas en el tiempo pautado se consideraran respondidas positivamente. Para finalizar, como impulsor del uso de tecnologías inalámbricas de bajo costo, calificó como interesante la apertura que se observa para las iniciativas comunitarias las cuales, en su criterio, podrían contribuir a bajar el costo de las comunicaciones.

José Gregorio Silva, experto en el desarrollo de *software*, prefirió dejar de lado las consideraciones técnicas para subrayar la responsabilidad que tiene la universidad con la sociedad de impulsar el debate sobre estos temas. Autocalificándose de ingenuo, aseguró: "Estamos a tiempo de incidir en la manera en que se redacte esta ley y es nuestra obligación, como expertos conocedores del sector, hacernos de un lenguaje que permita que la mayoría de la colectividad entienda de qué estamos hablando. El de las comunicaciones es un tema que toca la cotidianidad de la gente y es demasiado importante para dejárselo sólo al Gobierno".

Luego de un interesante diálogo entre profesores, periodistas, estudiantes y demás público presente en las cinco salas habilitadas, quedó de manifiesto el interés por emprender nuevas acciones de manera conjunta con el fin de impulsar la transparencia en las discusiones y la participación en la toma de decisiones. En esa dirección, la ULA asumió el compromiso de seguir trabajando. Como dijera José Gregorio Silva: aún estamos a tiempo.



**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.F. 100,00
Suscripción de apoyo	Bs.F. 200,00
Número suelto	Bs.F. 10,00

Para suscripciones desde el extranjero comunicarse con el Centro Gumilla



Buzones correo electrónico

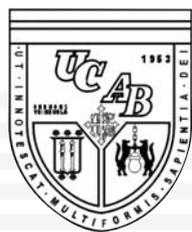
REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve

UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve

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 queremos 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 POLÍTICA

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

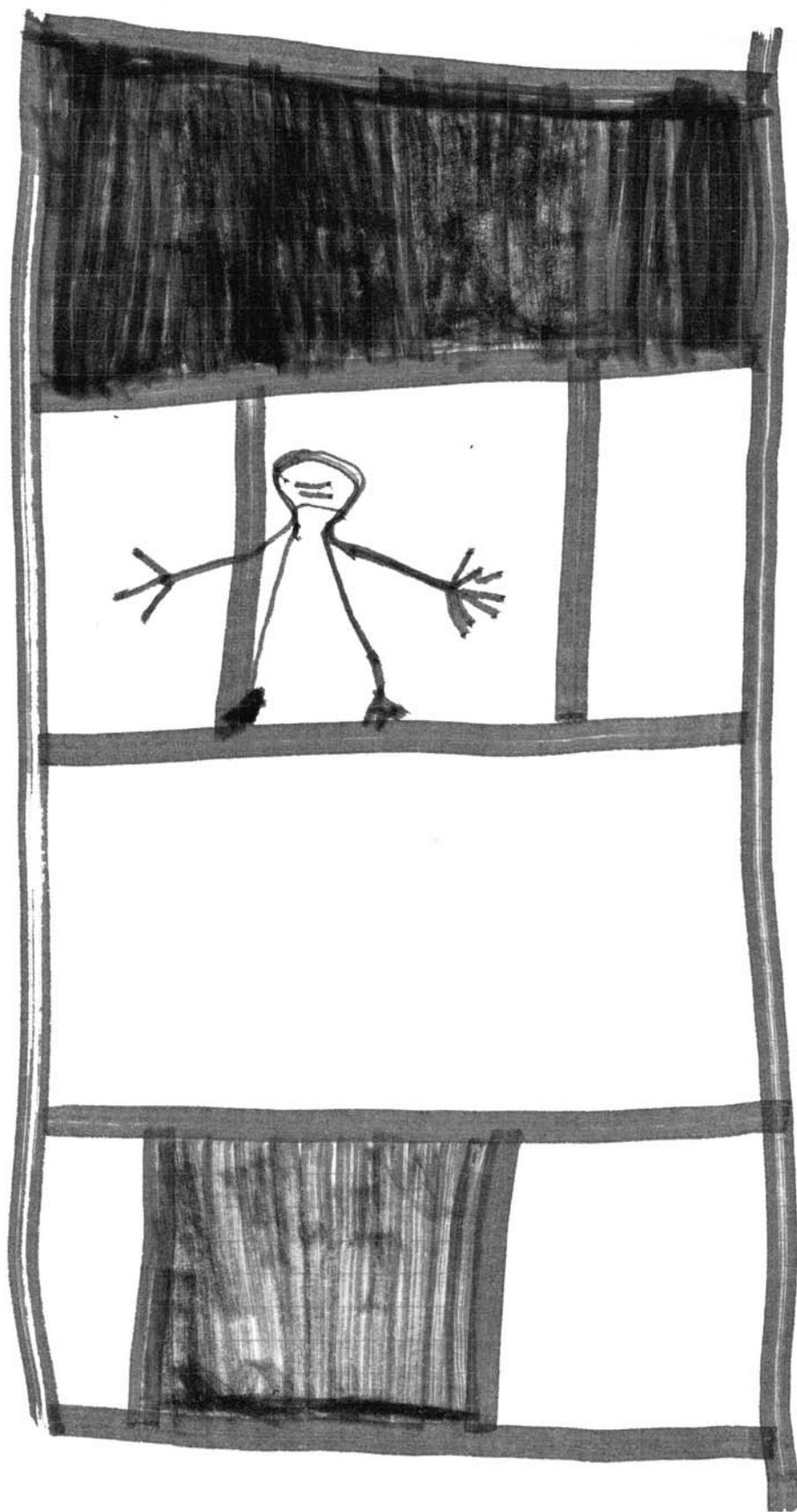
PROGRAMAS DE ESTUDIOS TÉCNICOS AVANZADOS

En medios y comunicación estratégica. También en convenio con el Nacional, para Técnicos Superiores Universitarios.

Menciones: Publicidad integrada y Gestión de la Comunicación

Modalidad: Presencial, dos tardes de la semana, de 6:00 pm a 10:00 pm **Duración:** Tres trimestres

Lugar: UCAB, Montalbán.



Galería de Papel. Dibujo Yanomami. Asidowateri, Edo. Amazonas 1991

Historia, incidencia y prospectiva

60 AÑOS

De la radio popular y comunitaria en América Latina

Desde los comienzos de la radio como medio de comunicación se han desarrollado en nuestro continente una gran variedad de experiencias que han marcado los proyectos políticos y comunicativos de empresas, organizaciones comunitarias, religiosas o institucionales. Tal es el caso de las radios populares que nacieron en América Latina como proyecto alternativo a los medios públicos o las empresas mediáticas. Muchas de estas radios comienzan su labor en el campo cultural y para cubrir los vacíos que dejaba la cobertura educativa de los gobiernos. También lo hicieron para promover una conciencia crítica del entorno, una defensa de los derechos humanos y como forma de vocería y acompañamiento de las luchas sociales. En este trabajo se realiza un bosquejo histórico de las radios populares y el contexto que les ha tocado vivir; se presentan experiencias significativas en varios países; y se exponen los logros y retos que enfrentan actualmente

“...no solamente es necesario, sino imprescindible, el desarrollo de una comunicación puesta al servicio de la gente. Pero que de la gente nazca. No la que actúa en nombre de las personas, los sindicatos, las comunidades, los barrios, sino la que de veras los expresa. Hay una suerte de cadena de intermediación interpuesta entre la gente y la expresión popular, que ha convertido la expresión popular en una caricatura de la gente.”

EDUARDO GALEANO

■ Alexander Hernández

■ Mónica Marchesi

I- VIDA E INCIDENCIA DE LA RADIO POPULAR Y COMUNITARIA EN EL CONTINENTE: LAS OTRAS VOCES DE LA RADIO

Con el desarrollo de la radio en los años 20 y la expansión en los 30, comienza también en América Latina una dinámica comercial de concentración de radios y circuitos que se desarrollará ampliamente hasta los años 50 y alcanzará amplio despliegue en las décadas siguientes. El crecimiento de la radio adopta la dinámica industrial, con una fuerte correspondencia entre empresarios y gobiernos, bajo la figura de las concesiones de explotación del espectro radioeléctrico:

“los empresarios de los medios electrónicos hacen la defensa de la radiodifusión desde el discurso de la viabilidad de la empresa mediática que genera puestos de trabajo e inversiones, y luego, de paso, hablan de libertad de expresión; legisladores se resisten a cambiar las leyes en la materia y su primer argumento es que pone en peligro a la industria de la radio y la televisión” (Calleja y Solís: 2005:21).

La radio tuvo una gran aceptación en un continente empobrecido y con millones de excluidos, y se convirtió en un medio de fácil acceso. Los sectores populares pudieron contar con un medio gratuito, portátil y que, en cierta medida, venía a identificarse con el sentir popular, muy especialmente con la música; ya que la radio, en algunos casos, permitió la promoción de la música popular, antes vetada en los festivales o eventos culturales oficiales.

Con la programación de las primeras radios latinoamericanas comenzó también una lucha por la audiencia, y ésta se veía reflejada en la calidad de los programas tanto musicales, dramáticos o informativos. La radio comercial se desarrolló ampliamente y también el despliegue publicitario con las estrategias de mercadeo y venta que muy pronto fueron modelando su público y las necesidades y requerimientos de los programas. La programación se convierte en táctica y estrategia para conquistar audiencia, y quien ofrecía los mejores programas, en el horario de mayor audiencia, tenía garantizado también el anuncio publicitario. En la medida que las radios eran controladas por los grupos de poder, también se controlaba el mercado y el consumo, las ideas, las organizaciones, la información y los derechos ciudadanos. En la mayoría de las legislaciones latinoamericanas de telecomunicaciones y radiodifusión, se favorecía a sectores tanto eco-

“

En este momento de amplia expansión del negocio de la radio y de forma paralela pero alternativa, fueron gestándose escenarios de otra radio, que empujaban y se abrían espacio en un medio, que se saturaba cada vez más. Esta nueva radio comienza sus primeras señales a finales de los años 40, con dos experiencias básicas: las escuelas radiofónicas y las radios mineras

”

nómicos como políticos en el acceso a las concesiones que se otorgaban para explorar el espectro radioeléctrico.

En este momento de amplia expansión del negocio de la radio y de forma paralela pero alternativa, fueron gestándose escenarios de otra radio, que empujaban y se abrían espacio en un medio, que se saturaba cada vez más. Esta nueva radio comienza sus primeras señales a finales de los años 40, con dos experiencias básicas: las escuelas radiofónicas y las radios mineras. Desde entonces, se marcan claramente unos períodos de desarrollo de esta nueva experiencia de comunicación: las *radios educativas* que nacen con *Sutatenza*; las *radios populares*, que se desarrollan desde las experiencias de las radios educativas impulsadas por la iglesia católica principalmente y las radios mineras; es a partir de los años 80 y 90 que comienza a utilizarse la denominación de *radios comunitarias*. Aunque estos nombres suelen ser utilizados indistintamente para mencionar a una u otra radio. Cuatro características o compromisos son comunes a estas radios populares, tal como lo señala José Ignacio López Vigil (1997):

- Contribuyen al desarrollo
- Buscan ampliar la democracia

- Promueven y defienden los derechos humanos
- Promueven la diversidad cultural

Si bien algunas se destacan por movilizarse más en una de las dimensiones antes mencionadas, porque son radios comprometidas con los derechos humanos en los lugares donde la situación es más difícil; o las que se involucran en proyectos de desarrollo en los entornos comunitarios, esta gama de opciones ha ido creciendo en la medida que también ha ido desarrollándose la dimensión de la ciudadanía, hasta el punto de encontrar hoy radios que se auto-denominan *ciudadanas*.

Las referencias sobre la historia de la radio popular en América Latina, coinciden en señalar que es con *Radio Sutatenza*, en la Colombia de 1947, cuando comienzan en el continente las llamadas *escuelas radiofónicas*, proyecto que se multiplicará poco tiempo después por todo el continente. Fue el padre José Joaquín Salcedo quien impulsó la idea de promover la educación a través de la radio con una primera estación de 250W de potencia. En octubre de 1949 recibe permiso para transmitir en onda corta y comienzan oficialmente las escuelas radiofónicas de *Radio Sutatenza* y *Acción Cultural Popular* (ACPO). La iniciativa obedecía a un diagnóstico negativo de los niveles educativos de la gente del campo y el alto porcentaje de analfabetismo (Pareja, 1982).

Los programas educativos estaban estructurados en lecciones o clases radiofónicas que eran escuchadas de manera individual o en grupos de estudio que se reunían en torno al radio receptor. También existía la figura de un monitor o tutor que reforzaba la lección radiofónica con una asesoría presencial. Tiempo después, aparecieron los primeros materiales escritos que se convirtieron en guías que el participante iba desarrollando en la medida que seguía las lecciones radiofónicas. La experiencia de *Sutatenza* estaba impulsada especialmente por el apoyo de la iglesia católica y el gobierno colombiano, que vio en la dimensión educativa de la radio una oportunidad para cubrir espacios vacíos en la cobertura de la educación pública que no lograba asegurar.

Sutatenza, ACPO, dio origen a las escuelas radiofónicas del continente que van apareciendo sucesivamente, Escuelas Radiofónicas y Populares del Ecuador (ERPE); Escuelas Radiofónicas de Pichincha; Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL); Escuelas Radiofónicas de Santa Clara en Chile; Escuelas Radiofónicas de El

Salvador (YSAX); Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (FGER); Escuelas Radiofónicas de Suyapa en Honduras; Escuelas Radiofónicas de Nicaragua, entre otras. Algunas de ellas desaparecieron, otras cambiaron de nombre, pero estas pioneras dieron origen en Colombia a ALER, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica hace 35 años.

La otra experiencia relevante en la historia de la radio popular y comunitaria se ubica en la Bolivia de finales de los 50. Los trabajadores de las minas del pueblo Siglo XX decidieron dar un día mensual de su salario para contribuir con un fondo de comunicación. Así se dieron los primeros pasos para el nacimiento de *La Voz del Minero* en 1959. Esta radio estaba ubicada a cuatro mil metros sobre el nivel del mar, justo en el momento que comenzó la nacionalización de las minas de estaño. Eran tiempos difíciles aunque las minas fueron nacionalizadas, las expectativas de vida de un minero estaban por debajo de los 5 años, debido a la mala calidad de vida y las condiciones de trabajo inhumanas (Girard, 2004). Esta experiencia también aparece en la historia de la radio mundial como única, ya que logró organizar todo un sistema de comunicación en tiempos de represión y dictadura y aglutinar a las diferentes organizaciones de trabajadores en búsqueda de una mejor calidad de vida. En una entrevista realizada por Héctor Shmucler y Orlando Encinas (1981) a Jorge Mancilla, quien fue actor en la creación de *Radio Vanguardia* en el centro minero de Colquiri, recuerda ese momento: “El complejo de emisoras mineras nace como una necesidad desde abajo, desde la base, inmediatamente después del triunfo de la Revolución Nacional del abril de 1952. En realidad, la necesidad de comunicación y de contacto entre los bolivianos recién surge después de la guerra del Chaco, que duró desde 1932 y hasta 1935. Antes Bolivia era un país desarticulado, in-comunicado y dividido en regiones... Yo creo que ahí nace esta necesidad de integrar al país.”

A *La Voz del Minero*, le siguieron; *Radio Nacional Huanuni*; *San José de Oruro*; *21 de diciembre de Catavi*; *Colquiri*; *Radio Vanguardia*; *Santa Fe*; *Radio Morococala*; *Radio Milluni* y *Radio Bolsa Negra*. Ya para 1963, eran un total de 23 emisoras de radio transmitiendo para todo el país, con una amplia cobertura. No se puede hablar de la historia de las radios mineras sin mencionar a *Radio Pio XII* que comienza a funcionar en 1959, fundada por la Misión Oblata de María Inmaculada, una emisora con un perfil netamente católico y bien organizada

“

La historia de las radios populares en Bolivia es de lucha y sobrevivencia constante, vivieron los mismos sobresaltos de la gente, fueron perseguidas, cerradas y dinamitadas en muchas oportunidades por los militares de turno que gobernaron el país a fuerza de cañón. Hoy siguen adelante sus proyectos e impulsan una de las redes de radio comunitaria más grande del continente, como lo es ERBOL, Educación Radiofónica de Bolivia que fue creada en 1967

”

desde la perspectiva de la programación, la conducción de los programas y con una infraestructura física privilegiada en comparación con las radios mineras de entonces. Esta radio no llevaba la misma línea de las emisoras existentes, vino a cuestionar profundamente la manera como se venía haciendo radio.

Las radios mineras comenzaron a preocuparse por su programación, por la calidad de los programas y los locutores, también comenzaron a ver con una mayor intencionalidad los contenidos. *Pio XII* era identificada como una radio anticomunista instalada por la iglesia católica para hacerle frente al avance del comunismo en el mundo sindical. En sus inicios no tenía mayor relación con la comunidad y algunos la llegaron a describir como una especie de monasterio, donde los locutores y productores hacían vida cotidiana en su interior. Pero la *Pío XII* comienza a experimentar cambios internos, los mismos cambios que estaba viviendo la iglesia para 1965. Es la pobreza, la explotación y la masacre ocurrida ese mismo año, que hacen que se transforme y se convierta en una emisora aliada de la gente. Como reseña Susana Mitre:

“La Pio XII tiene fama, no solamente en Bolivia sino en todo el continente, muchas veces se le menciona como un hito dentro de

la historia de la radio popular en América Latina. De alguna manera, se formó una suerte de mito alrededor de esta emisora minera, por su combatividad, por su consecuencia y por su liderazgo. En su historia, fue acusada de todo, primero de imperialista, años más tarde de comunista y subversiva, y más tarde de indio-radio. Tantas acusaciones le fortalecieron su identidad verdadera”. (2004:313)

La historia de las radios populares en Bolivia es de lucha y sobrevivencia constante, vivieron los mismos sobresaltos de la gente, fueron perseguidas, cerradas y dinamitadas en muchas oportunidades por los militares de turno que gobernaron el país a fuerza de cañón. Hoy siguen adelante sus proyectos e impulsan una de las redes de radio comunitaria más grande del continente, como lo es ERBOL, Educación Radiofónica de Bolivia que fue creada en 1967, también desde el seno de la iglesia católica de ese país. Actualmente ERBOL cuenta con un programa de formación y capacitación para miembros de sus afiliadas y público en general, puede encontrarse su programación en la Internet en www.erbol.org.bo

II- LAS ONDAS POPULARES AL AIRE: DOS EXPERIENCIAS

Cientos de proyectos radiofónicos a lo largo y ancho del continente se desarrollaron teniendo una perspectiva común: la inclusión social, la participación y la construcción de una sociedad democrática y justa. Cada radio desarrollará ámbitos de acción en entornos muy variados: las radios urbanas con el trabajo en las fábricas o en las minas; las que privilegiaron la educación radiofónica a la luz de las primeras metodologías para la alfabetización a través de la radio y el impulso dado por Paulo Freyre; las que se insertaron en entornos de pobreza y exclusión; las que impulsaron el trabajo de equidad de género; las que encontraron en lo informativo una fuente de promoción de la opinión y el empoderamiento de los sectores pobres; las que estuvieron en la clandestinidad en medio de los conflictos armados especialmente en Centroamérica; las que nacieron en los entornos campesinos e indígenas y se convirtieron en la primera referencia comunicacional dentro del olvido de los grandes medios comerciales y públicos; y las que encontraron una opción para la evangelización a raíz de los cambios experimentados por la iglesia católica y los movimientos cristianos en las Conferencias del

Episcopado Latinoamericano de Medellín y Puebla, y el auge de la Teología de la Liberación.

Así se llamaron: radios populares, libres, comunitarias, participativas, alternativas, alterativas, indígenas, campesinas, mineras, ciudadanas, clandestinas, insurgentes, educativas, religiosas, pobres, piratas, rurales, asociativas, y otras denominaciones que surgieron en cada país. Cada radio experimentó diversas formas de gestión y organización dependiendo de la naturaleza de su inspiración, su opción y las características del país, la región y la gente. De todas las experiencias hemos escogido especialmente dos: *las radios educativas y las radios insurgentes*.

● *Las radios educativas* se desarrollaron con mucha fuerza en Colombia, Venezuela, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Honduras, El Salvador, Guatemala, República Dominicana, Ecuador, Argentina, Chile, Brasil y Perú; éstas también se denominaron radios populares o educativas. Catorce de estas primeras emisoras formaron la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, en 1972. Estas radios, en cierta forma, seguían el modelo surgido de *Sutatenza*, pero con el correr del tiempo comenzaron a diseñar sus propias propuestas y a ofertar una programación variada que no sólo incluía las *clases radiofónicas* o los *programas educativos*.

Radio Huayacocotla (1965) fue la primera escuela radiofónica de México que tenía como finalidad impartir educación básica en las regiones de difícil acceso; esta red educativa tuvo una rápida expansión y llegó a tener hasta 126 escuelas radiofónicas en 1969. La dinámica cotidiana implicaba la capacitación, producción de materiales de apoyo y acciones de coordinación y control de estudio de los participantes. En 1973, comienza una nueva etapa y la dirección la asume una asociación civil denominada Fomento Cultural y Educativo, quien dio un giro hacia una radio participativa, comunitaria y con una concepción más integral de la educación. La radio transmitía en onda corta, en lengua otomí, tepehua y nahua, con una programación variada, hasta que en el 2005 le fue otorgado el permiso para transmitir en FM, desde entonces se fortaleció el equipo, se consolidó la programación educativa y la participación de las comunidades indígenas y campesinas. Actualmente en lo musical promueve el desarrollo de las bandas de viento y tríos huastecos, transmite mensajes a los migrantes de la zona que cruzan la frontera norte para bus-

“

Se atendió especialmente a los niños y niñas de los sectores populares de todo el país, pero una parte enorme quedaba aún excluida, eran los adultos que habían dejado la escuela o que nunca estuvieron en ella y que en buena parte eran los padres de los niños y niñas que iban a la escuela, fue así como nació el Instituto Radiofónico Fe y Alegría en octubre de 1975

”

car trabajo especialmente en New York y promueve el desarrollo de las comunidades y los derechos humanos.

En Venezuela, hay que mencionar dos experiencias pioneras alimentadas por la iglesia católica: la primera es *Radio Occidente* en Tovar, estado Mérida y la del *Instituto Radiofónico Fe y Alegría* que nace en Caracas y se extiende a todo el territorio. En el caso de *Radio Occidente*, nace en 1961, luego que un grupo de campesinos adultos venían reuniéndose para tomar clases en el despacho parroquial. Este hecho ya venía motivando la búsqueda de otras opciones que pudieran ofrecer educación al campesinado de la zona, pero que abarcara buena parte del territorio. Así, por iniciativa del padre José Eustorgio Rivas y la Arquidiócesis de Mérida se consiguen los equipos y se pone la señal al aire con una programación similar al de las escuelas radiofónicas que nacieron en Colombia. A los encuentros presenciales con los alumnos que seguían las clases por radio se le llamaba *escuela comunitaria*. Pero entre los grandes logros no sólo estuvo el ser una escuela radiofónica sino el de consolidar una programación variada, dando especial importancia a la música local y promoviendo eventos y festivales que fueron reconocidos internacionalmente como el *Festival de Música Campesina* y *Cancio-*

nes de Protesta, considerado el festival de música popular de mayor trascendencia que haya realizado una radio en el país en sus diferentes versiones desde 1972. (O'Sullivan, 1987).

Por su parte el *Instituto Radiofónico Fe y Alegría*, IRFA, nace directamente de la experiencia del Movimiento de Educación Popular Integral y de Promoción Social Fe y Alegría fundado por el padre José María Vélaz en 1955. Este movimiento estaba dirigido a la población excluida, para construir un proyecto de transformación social, basado en los valores cristianos de justicia, participación y solidaridad. Se atendió especialmente a los niños y niñas de los sectores populares de todo el país, pero una parte enorme quedaba aún excluida, eran los adultos que habían dejado la escuela o que nunca estuvieron en ella y que en buena parte eran los padres de los niños y niñas que iban a la escuela, fue así como nació el *Instituto Radiofónico Fe y Alegría* en octubre de 1975, al principio solamente para dar clases por radio, después se desarrolló una programación informativa, educativa y de entretenimiento.

“Como una herencia de la educación popular de la época de los años 70 y 80, la radio educativa, haciendo uso del poder del medio y de la violencia del discurso radial, grita y descarna las noticias, bajo el supuesto de que así metería en la conciencia de la gente las ideas de la transformación social y del compromiso. La presión por denunciar la realidad nos hacía olvidar lo propiamente comunicacional. Pero poco a poco se fue comprendiendo que había que oponer a la violencia discursiva la riqueza discursiva...” (García: sf:1)

Aquí resultó fundamental el aporte de la pedagogía popular a la comunicación popular, en lo que respecta a la mediación pedagógica. En este camino se vivencian especialmente cuatro elementos básicos:

- Partir del otro
- Trabajar la información de manera pedagógica
- Producciones de calidad, que estimulen, promociónen y animen a las audiencias.
- La estética radiofónica en estrecha relación con la estética de las personas

Hoy el número de radios y centros comunitarios de aprendizaje se multiplica por todo el territorio venezolano, además de las radios, que son urbanas, campesinas, indígenas, bilingües, de frontera, con

miles de alumnos y voluntarios. El uso de las tecnologías ha sido también uno de los grandes avances del IRFA y la Red Nacional de Radio Fe y Alegría, interconectadas vía satélite, con programación conjunta entre las diferentes radios, esta programación puede escucharse en Internet en www.radiofeyalegría.org

● *Las radios insurgentes*, conocidas también como clandestinas, fueron y son otra forma de ser comunicación y participación. Existen varios ejemplos de ellas como, *Radio Rebelde* (1958) en Cuba, fue de vital importancia desde la Sierra Maestra para mantener la comunicación entre la población y los grupos insurgentes al mando de Fidel Castro; *Radio Sandino* (1975) en la Nicaragua de la dictadura de Somoza; *Radio Revolucionaria del Pueblo* (1980), *Radio Venceremos* (1981) y *Radio Farabundo Martí* (1982) de El Salvador; y más recientemente *Radio Insurgente* (2002) que transmite desde las montañas del suroeste mexicano y pertenece al Ejército Zapatista de Liberación Nacional. De estas experiencias podemos recordar, que durante el conflicto armado en El Salvador (1980, hasta la firma de los acuerdos de paz en 1992) fue reconocida la señal de *Radio Venceremos*, que comenzó a transmitir clandestinamente, el 10 de enero de 1981, en los días más difíciles de la guerra, cuando se escuchó de repente en las radios de los salvadoreños: “*Transmite Radio Venceremos, desde Morazán, El Salvador... Territorio en combate contra la opresión... El pueblo unido jamás será vencido...*” (Henríquez.2005:32). Esta emisora con un transmisor de 600 vatios, acompañó las movilizaciones populares y los avances más significativos de los milicianos del Frente Farabundo Martí. La radio tenía su base en las montañas del norte del departamento de Morazán, cerca de la localidad de Perquín. Transmitía en onda corta y en FM.

III- LOS CENTROS DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA: ANÓNIMOS PERO CLAVES PARA EL DESARROLLO DE LAS RADIOS POPULARES

La radio comienza a tener resonancia en las comunidades y organizaciones, ya no es un tema sólo de entretenimiento, el espacio para escuchar la radionovela, o las noticias, es también una herramienta para la concientización, palabra que tomaba fuerza en los entornos comunitarios y que pone a circular Paulo Freire con su método de alfabetización. Los centros de pro-

“

En 1968, se realiza la Asamblea Mundial de UNDA, la Organización Católica para la Radio y la Televisión y allí se vincula la dirección de Arbeitskreis y el Padre Manuel Olivera, que era el encargado de UNDA para América Latina. Se realizan acuerdos de producción y posteriormente se produce la serie, “El Padre Vicente”, de Mario Kaplún, considerada la primera serie de radioteatros netamente popular

”

ducción se multiplican en el continente, la idea no es sólo tener una radio, sino cualquier forma de producir, editar y montar un radioteatro, una charla radiofónica o una reflexión. Hay muchos ejemplos de estas prácticas comunicativas como el caseteforo, o *foruco*, como se le llamó en Venezuela y que puso en práctica Mario Kaplún, desde los Talleres Latinoamericanos de Comunicación Popular. Los centros de producción radiofónica pudieron entregar a las radios producciones creativas, series, dramatizaciones, programas de opinión, de análisis de la realidad, de crítica histórica e informativos que las radios por su trabajo cotidiano y muy escasos recursos no podían producir.

En Alemania nace la *Arbeitskreis für Christlisc-soziale Bildung e.V.*, una asociación civil con sede en Alemania, que diseña y produce programas radiofónicos que graba en casetes y después distribuye por toda América Latina. Estos programas tenían contenidos relacionados con el pensamiento humano cristiano pero distaban de la realidad del continente. Es ya en 1964 cuando Francisca Moser y Elena Otero asumen y reorientan el proyecto para tomar más sentido de servicio. El primer cambio que se genera es la grabación de las producciones en *Radio Sutatenza* y en discos de vinilo, también los contenidos co-

menzaron a cambiar. En 1968, se realiza la Asamblea Mundial de UNDA, la Organización Católica para la Radio y la Televisión y allí se vincula la dirección de Arbeitskreis y el Padre Manuel Olivera, que era el encargado de UNDA para América Latina. Se realizan acuerdos de producción y posteriormente se produce la serie, “El Padre Vicente”, de Mario Kaplún, considerada la primera serie de radioteatros netamente popular.

Es a partir de esta unión que ya para 1974, se reúnen diferentes expertos en radio y las directivas de estas organizaciones y crean SERPAL, Servicio Radiofónico para América Latina. Se organizan los primeros concursos de programas y surgen los primeros ganadores, que fueron talentos reconocidos de los diferentes países, comenzaron a sonar los nombres de José Ignacio López Vigil, Roberto Viola, Fabio Gadea Mantilla y otros.

En estas producciones es el radioteatro que se impondrá como formato novedoso y como una metodología para el trabajo comunitario y la reflexión, se menciona también la serie “Jurado 13”, donde en 60 capítulos de 24 minutos cada uno, se presentan problemáticas de la vida cotidiana de las comunidades de América Latina, que son examinadas por 12 jurados y un último que es el propio oyente. De esta manera, se promueve la reflexión y la participación del oyente en la situación planteada. Estos programas y radioteatros fueron transmitidos por la mayoría de las emisoras de radio popular, como se les denominaba para entonces, que en sectores campesinos o urbanos los utilizaban como centros para la reflexión, el análisis crítico de la realidad y en el caso de las radios cristianas, para el trabajo con las comunidades eclesiales de base. Además de “Jurado 13”, se realizaron otras grandes producciones: “El Padre Vicente” de Mario Kaplún; “Mí Tío Juan” de Ana Hirz, Serapio Pérez y Raúl Quintana; “Agua Viva” de José Ignacio López Vigil; “Teresa y Manolo” de José Ignacio López Vigil; “Francisco” de María López Vigil; “Los Hijos de Laura Torres” de Ana Hirsz y Mario Kaplún; “Cristianos en Búsqueda” de Mario Kaplún y la controversial serie “Un Tal Jesús” de María y José Ignacio López Vigil. Estas producciones pueden escucharse digitalizadas en el sitio www.serp.al.org.

Hoy los centros de producción o comunicación comunitaria, se multiplican por varios países, trabajan diferentes temáticas, especialmente en el ámbito de los derechos humanos, la equidad de género, la

infancia, la no violencia, la participación política, la ciudadanía, el ambiente, entre otros. Sus formas de producción también son diferentes y diversas, apuestan por nuevas narrativas, o renovando aquellas que creíamos olvidadas o poco comunicativas. La creatividad no tiene límites y no se enmarca en los formatos tradicionales, de allí que los radioteatros, spots, noticias, testimonios, y la vida cotidiana cobran sonido con las formas estéticas de cada región, de cada país y de cada centro de producción. Un ejemplo de estas formas lo encontramos en el Centro de Comunicación Voces Nuestras, 1985, con su página en internet www.vocesnuestras.org de Costa Rica; o el de Radialistas Apasionados y Apasionadas, que es una asociación civil sin fines de lucro, con sede en Perú y que tiene como misión “contribuir a la democratización de las comunicaciones, especialmente de la radio, desde las perspectivas de género y ciudadanía. Puede consultarse su página Web www.radialistas.net donde los productores tienen acceso a diferentes recursos para la formación y producción.

IV- VIGENCIA, INCIDENCIA Y PROSPECTIVA DE LA RADIO POPULAR Y COMUNITARIA

Las radios populares, contrario a lo que muchas veces se piensa, han generado dinámicas profundas de reflexión y sistematización de sus prácticas, tal vez se han perdido o no se han publicado en ninguna parte, ni son necesariamente sistematizaciones tradicionales, pero esto no desvaloriza el enorme esfuerzo que han realizado las radios y las redes, por mirar su propio saber hacer. Entre las radios, se han desarrollado procesos de capacitación y formación, estudios de audiencia, de análisis del discurso radiofónico, de mercadeo y sostenibilidad, etc. Hay muchos ejemplos y ALER y AMARC-AL, son un buen indicador, también las diferentes radios con su empeño generan sus propias iniciativas, sus propios instrumentos de análisis e investigación para la incidencia, la inclusión y la participación.

La actualidad de las radios es tan diversa como su vida misma, pero podemos anotar dos factores en la vida actual de ellas: el primero, es la vigencia y fortaleza de las radios, la credibilidad, las movilizaciones que generan y la apertura y participación de la gente en la cotidianidad de la misma, la constante preocupación por reinventar la radio y buscar nuevas formas de interrelacionarse y construir ciudadanía; y el segundo,

tiene que ver con las dificultades de sostenibilidad tanto social, organizativa y económica. Y es que observando en detalle algunas de las grandes radios que comenzaron la movida popular, encontramos que están en plena redefinición o crisis de su proyecto; todo esto debido a muchos factores, como el debilitamiento de los movimientos sociales con los que se relacionaban, el agravamiento de las condiciones económicas de los sectores de la comunidad con la que hacían vida y que cooperaban con su sostenimiento, la migración de la población e incluso la violencia, los problemas económicos, como en el caso de las radios católicas que son prácticamente sostenidas con el aporte de la congregación o la diócesis y sin este aporte no logran mantenerse.

La realidad actual es muy diferente a la que le tocó vivir a las radios fundadoras, es por eso que han surgido diferentes propuestas de radios comunitarias, que no nacen de la inspiración de *Sutatenza* y las radios mineras, sino que emergen de otras luchas sociales y de nuevos actores, es por eso, que se habla de una mirada al Proyecto Político Comunicativo de las radios, para atender su lugar en la comunicación y el mundo de hoy.

Las radios se encaminan a mirar su proyecto político comunicativo, a observar detenidamente el entorno donde se encuentran ubicadas y replantearse sus dinámicas de producción de sentido, de incidencia, de estética, de producción, de relacionamiento con los actores sociales, de generar acción pública y entrar en la dinámica de la construcción de una ciudadanía que contribuya con el fortalecimiento de la democracia, la participación de todos y la justicia social. Pero esta mirada no es sencilla, requiere tener los ojos bien puestos y la perspectiva adecuada. En este sentido, las reflexiones realizadas en diferentes eventos y encuentros donde han participado actores de las radios populares apuntan a los siguientes retos:

- Radios dirigidas al debate. Promoción del debate público dentro de un modelo comunicacional que busca la creación de redes de diálogo.

- Radios que procuren la construcción de acuerdos entre los diferentes sectores, aun los antagónicos. Tomando en cuenta y procurando la construcción de acuerdos.

- Radios vinculadas. Radios en constante relacionamiento con los actores tradicionales y los nuevos.

- Radios dedicadas a la construcción de espacios de solidaridad.

- Radios que fomentan el empoderamiento colectivo en función de construir una solidaridad que signifique eficacias y productividades concretas en la gestión local masiva.

- Radios que fomenten una comunicación que ayude a formar otros equilibrios de empoderamiento ciudadano.

- Radios que elaboran sus propias agendas informativas y culturales y no se conforman con el periodismo tradicional que da respuesta a las cinco preguntas básicas.

- Escuchan las historias e ideas de los ciudadanos y los hacen partícipes de la programación y del hilo discursivo de la programación.

- Se encuentran constantemente buscando enfoques diferentes y alternativos para la presentación de los temas fundamentales que proponen en sus agendas.

- Toma iniciativas en los temas fundamentales de la comunidad.

- Participa de forma directa con la comunidad en acciones públicas.

Las radios populares y comunitarias y las nuevas expresiones sonoras que buscan alternativas para ser escuchadas, proponen entrar en nuevos diálogos, en otros consensos y en la incertidumbre de remover el poder establecido. Esta confrontación será cada vez más fuerte y contundente con los gobiernos, los empresarios y las transnacionales y sólo lo resistirán y saldrán fortalecidas aquellas que estén de la mano con la gente.

■ **Alexander Hernández**
 Profesor de la Universidad del Zulia
 Área Formación y Pastoral
 Oficina Nacional del IRFA
 Venezuela.
ajhernandezf@cantv.net

■ **Mónica Marchesi**
 Coordinadora de los Servicios Informativos
 Radio Fe y Alegría en Maracaibo.
monicamarchesi@hotmail.com

Referencias

CALLEJA, Aleida y SOLÍS, Beatriz (2005): *Con permiso. La radio comunitaria en México*. México: FES. Dossier (2004): "El proyecto político cultural de las radios comunitarias". En: revista *Cara y Señal*. Año 1. Num. 1. Argentina: Asociación Mundial de Radios Comunitarias – América Latina y el Caribe. AMARC ALC.

GARCIA, Dulce. s/f. *La pedagogía de la educación en la comunicación radiofónica popular. Experiencia del IRFA Venezuela*. Material mimeografiado.

GEERTS, Andrés; VAN OEYEN, Víctor y VILLAMAYOR, Claudia (2004): *La radio popular y comunitaria frente al nuevo siglo: La práctica inspira*. Quito: ALER AMARC.

_____ (2001): *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Quito: ALER.

GIRAR, Bruce y Otros (2004): *Secreto a voces. Radio, NTICs e interactividad*. Roma:FAO.

HENRIQUEZ, Carlos (2005): *La terquedad del Izote. La historia de Radio Venceremos*. San Salvador: Ediciones Museo de la palabra y la imagen.

LOPEZ VIGIL, José (1997): *Manual urgente de radialistas apasionados*. Quito.

MITRE, Susana (2004): "Radio Pio XII, Siglo XX-Oruro – Cochabamba, Bolivia". En: *La práctica inspira*. Quito: ALER-AMARC.

O'SULLIVAN, Jeremiah (1987): *Radio occidente. El pueblo dialoga con el pueblo*. Quito: Aler.

PAREJA, Reynaldo (1982): "Radio Sutatenza. Notas para su historia". En: *Revista Comunicación y Cultura*, número 8. México.

SCHMUELER, Héctor y ENCINAS, Orlando (1982): "Las radios mineras de Bolivia. Entrevista a Jorge Mansilla Romero". En: *Revista Comunicación y Cultura* número 8. México.

Sitios Web recomendados

ASOCIACIÓN LATINOMERICANA DE EDUCACION RADIOFÓNICA (ALER). Sitio Web disponible en: www.aler.org.

ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (AMARC). Sitio Web disponible en: www.amarc.org

EDUCACION RADIOFÓNICA DE BOLIVIA (ERBOL) Sitio Web disponible en : www.erbol.org.bo

RADIALISTAS APASIONADOS Y APASIONADAS. Sitio Web disponible en: www.radialistas.net

RED NACIONAL DE RADIO FE Y ALEGRÍA. VENEZUELA. Sitio Web disponible en: www.radiofeyalegria.org

SERVICIO RADIOFÓNICO PARA AMÉRICA LATINA. Sitio Web disponible en: www.serpal.org

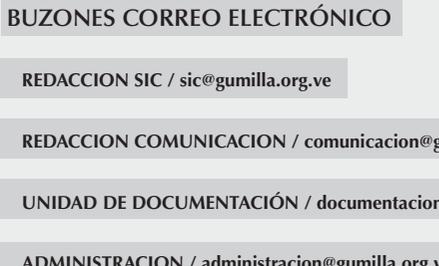
VOCES NUESTRAS CENTRO DE COMUNICACIÓN. Sitio Web disponible en: www.voces-nuestras.org



Visite nuestra página en internet

www.gumilla.org.ve





Experiencias de intermediación radial en Carabobo

Manantial 92.7 y Punto Sur 97.5FM



La experiencia desarrollada por estas dos emisoras comunitarias ubicadas en Naguanagua y Valencia, partiendo de sus prácticas sociales colectivas y de las redes de comunicación que se generan en la intermediación radial, representa un aporte significativo en la búsqueda del camino hacia medios comunitarios que realmente contribuyan a la construcción de una democracia plena

■ **Liliana Lozano**

■ **Edith Fuentes**

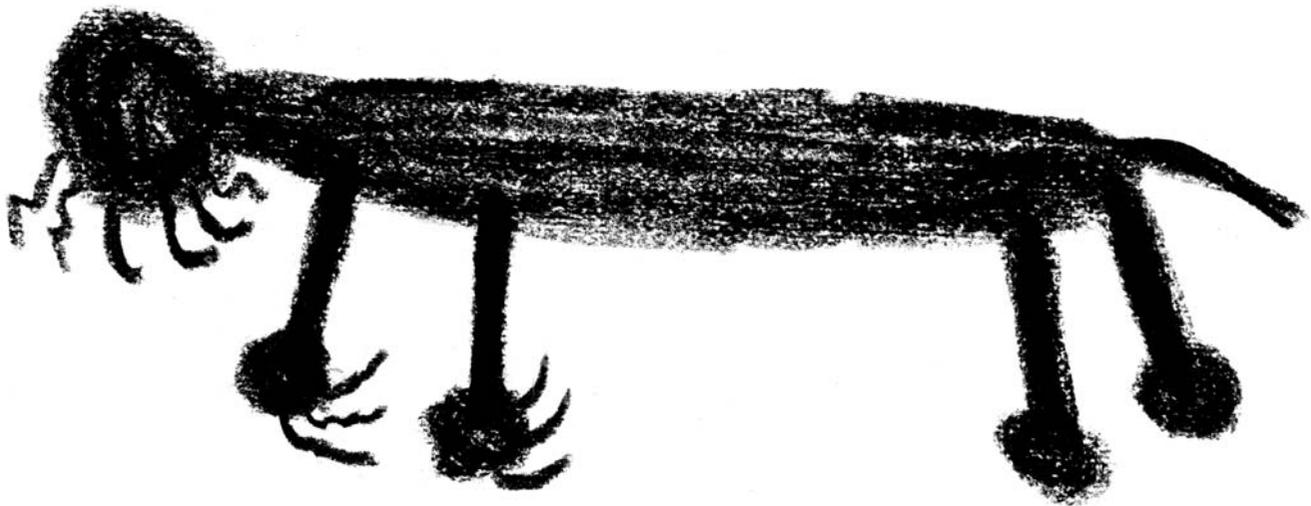
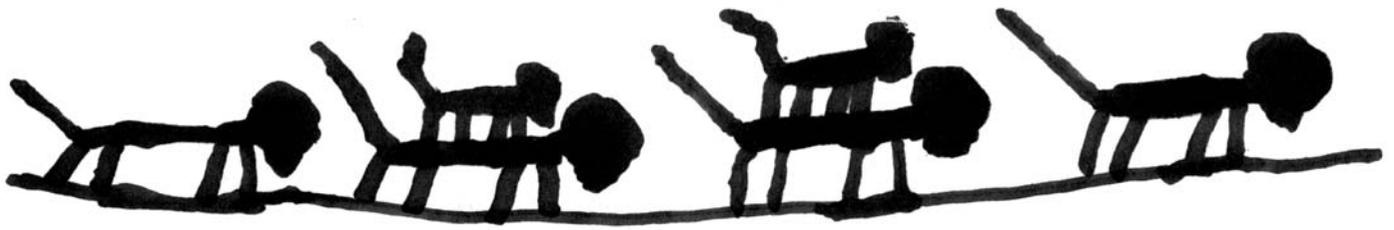


La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar.

EL COMUNICADOR POPULAR, CIESPAL

Radio Popular, educativa o alternativa, en América Latina; radio rural o local en África; radio pública en Australia y radio libre o asociativa en Europa, son los distintos adjetivos que asociados al medio radio han sido usados para nombrar un mismo fenómeno comunicacional que a partir de la década del 70 del siglo pasado, propone e impulsa desde distintos lugares del orbe iniciativas destinadas a crear medios capaces de convertirse en contrapeso de la concentración del poder de los medios de comunicación en unas pocas manos, para darle voz a los tradicionalmente excluidos, poner la tecnología comunicacional en manos del pueblo y establecer un nuevo modelo horizontal y bi-direccional de comunicación.

En el caso particular de América Latina, la historia de las últimas décadas registra un movimiento cuyo mayor esplendor se vivió entre los años 70 y 80, con experiencias asociadas, en un primer momento, a iniciativas surgidas para enfrentar el monopolio informativo establecido



por los regímenes dictatoriales de turno. Luego, a propuestas para la articulación de la organización comunitaria alrededor de distintos intereses, y a una nueva forma de educación a distancia que, a diferencia del tradicional correo aéreo, brindaba las ventajas de la inmediatez e instantaneidad propias del medio radiofónico.

En Venezuela, el gobierno del presidente Hugo Chávez bajo la premisa de “la democratización de los medios de comunicación en el país”, propicia nuevos escenarios para el resurgimiento de los medios comunitarios, en especial, después de los hechos del 11A del 2002. El financiamiento del Estado, hecho inédito en la historia, luce a primera vista como un *handicap* para su desarrollo independiente.

Según las estadísticas oficiales, hasta el año 2007, CONATEL concedió la habilitación a 266 medios comunitarios; 260 estaciones de radiodifusión sonora y 66 de televisión abierta. Quince de estas estaciones operan en el estado Carabobo. Ubicadas en los municipios Valencia, Naguanagua, San Diego, Guacara, Los Guayos, Juan José Mora, Carlos Arvelo, Diego Ibarra, Libertador, y Puerto Cabello; catorce son emisoras de radio y una, televisión abierta.

A los efectos del presente artículo, revisaremos la experiencia de los medios comunitarios y de servicio público en el estado Carabobo, a partir de la observación de las prácticas comunicativas de dos radioemisoras, *Manantial 92.7FM* en el municipio Naguanagua y *Punto Sur 97.5FM*, en el municipio Valencia.

En artículo publicado por esta revista en el año 2004, la investigadora peruana Rosa María Alfaro Moreno, propone algunas *pistas evaluativas* para valorar el trabajo de los medios comunitarios en los actuales escenarios sociopolíticos. Del conjunto de pistas evaluativas propuestas, hemos seleccionado cinco que expresan algunos de los mejores aspectos del balance porque, “es importante hacer memoria y rescatar aquellos aspectos que siguen siendo válidos para identificar las rutas del futuro”. (Alfaro: 2004. p. 13) A saber: 1) Participación es protagonismo y democracia; 2) La importancia de la comunidad y la acción colectiva; 3) Derecho a la comunicación: relevancia de la radio; 4) La intención educativa de la comunicación; y 5) Un compromiso social con los sectores más desposeídos. A las que nosotras sumamos, en el concepto de la radio ciudadana propuesta por José Ignacio López Vigil (2004), la capacidad del medio para la intermediación social.

“

Manantial 92.7FM, radioemisora comunitaria que opera en el municipio Naguanagua del estado Carabobo, se gesta en el año 1999 por iniciativa de un grupo de vecinos de la comunidad que se proponen fundar una emisora para este municipio, ubicado al norte de la capital del estado, con una población de 183.000 habitantes

”

MANANTIAL 92.7FM, EN TIERRA DE MUCHAS AGUAS

Manantial 92.7FM, radioemisora comunitaria que opera en el municipio Naguanagua del estado Carabobo, se gesta en el año 1999 por iniciativa de un grupo de vecinos de la comunidad que se proponen fundar una emisora para este municipio, ubicado al norte de la capital del estado, con una población de 183.000 habitantes. Inspirados por el reto, se organizan y conforman la Asociación Civil Comunidad al Día, primera figura jurídica que representó el proyecto de la radio comunitaria para Naguanagua ante CONATEL y gestionó entre los vecinos la recaudación de recursos para la compra de los equipos indispensables.

Según relatan los pioneros del proyecto, éste se nutrió de manera determinante del intercambio de experiencias con los promotores de medios comunitarios en otras regiones del país, en el marco de las discusiones promovidas por CONATEL para la redacción del Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitaria de Servicio Público sin fines de lucro. El instrumento legal entró en vigencia el 8 de enero del año 2002. Tan sólo dos días más tarde, el 10 de enero, CONATEL autoriza la salida al aire en la frecuencia 90.5FM, de la radio emisora comunitaria de Naguanagua en Carabobo.

Identificada como *Manantial 90.5FM*, debido a que el municipio lleva por nombre, Naguanagua, vocablo indígena que traduce, “lugar de muchas aguas”, durante varios meses en la etapa previa a la habilitación, la emisora salió al aire con programación estrictamente musical.

En esta primera etapa, la meta era sumar una mayor participación de los vecinos y conseguir el aporte de los organismos públicos y privados del municipio Naguanagua para realizar los proyectos legales, sociales, técnicos y económicos que habrían de presentar ante CONATEL, con el fin de lograr la definitiva habilitación legal; hecho que ocurre en marzo del 2004, siéndole asignada finalmente la frecuencia. 92.7FM.

CON SENTIDO HORIZONTAL

Atendiendo a las exigencias legales, la emisora es administrada por una Fundación Comunitaria de nombre Nuevo Amanecer, integrada por 9 miembros y un contralor general, la cual ha sido estructurada de manera horizontal sin jerarquías entre un cargo y otro. Según explica su presidenta, Lic. Ruth Bermúdez, “todos tienen igualdad de responsabilidades y peso en la toma de decisiones, las cuales en su mayoría se toman por consenso”.

Los ingresos para el funcionamiento de la emisora se obtienen de la publicidad pautaada en la programación, y son destinados para cubrir gastos de funcionamiento, pago de personal y adquisición de equipos.

COBERTURA, PROGRAMACIÓN Y PERSONAL

La cobertura de la emisora abarca la totalidad del municipio Naguanagua, sin embargo, debido a la ubicación del transmisor en la Urb. Tarapío, en las faldas del cerro El Café, la señal de *Manantial 92.7FM*, alcanza a cubrir también el municipio San Diego y el norte del municipio Valencia.

La coordinadora de producción e información de la estación, periodista Carmen Salzano, ejerce la responsabilidad de canalizar el trabajo de un equipo conformado por 3 operadores de audio y cerca de 55 personas, entre locutores y productores; de los cuales, “sólo tres están contratados bajo la figura de beca-trabajo, el resto labora ad-honorem, muchos de ellos desde la fundación de la emisora en el 2001”.

Según explica Salzano, al personal oficial de la emisora hay que sumar a los ve-

cinos que, bajo la figura de *voceras* y *voceros ciudadanos*, funcionan como “los ojos y oídos de la radio en las comunidades. Ellos, al momento de generarse alguna información o denuncia, llaman a la radio y graban como reporteros lo que está aconteciendo y esto sale al aire continuamente a manera de avances”.

LA COMUNIDAD ESCUCHA Y SE ESCUCHA

La emisora transmite 24 horas de programación diaria, gracias al uso de un sistema automatizado cedido por una red de emisoras comunitarias del Perú, creado como *software* libre. La programación en vivo se transmite de 6 y 30 de la mañana a 8 de la noche, de lunes a viernes y, los sábados y domingos, de 8 de la mañana a 6 de la tarde.

La oferta programática, conformada por más de treinta programas producidos por los locutores y productores de la estación, de los cuales cerca del 70% se transmite en vivo; incluye espacios de pequeño formato dedicados a temas de interés general como salud, ecología, y valores para la convivencia ciudadana; programas de formato completo sobre tópicos especializados como la música, “Escuela de Música”; la historia, “Conociendo el tiempo”; la orientación familiar, “Mi familia sana” y “Tiempo de gracia para la familia”; y la organización comunitaria “Justino con sus vecinos” y “Comunidades en ascenso”; además de transmisiones deportivas, programas informativos y de opinión, y avances noticiosos.

Explica además Salzano, que la emisora funciona “como el enlace informativo entre la Gobernación Bolivariana del estado Carabobo y la comunidad de Naguanagua y una vez al mes, transmitimos, en vivo, el programa “Aló mi Pueblo”, conducido por el ciudadano gobernador del estado Carabobo, Gral. Luis Felipe Acosta Carlez.” aunque aclara que en la emisora “hay oficialistas y no oficialistas” y el programa del gobernador está “dentro de la pauta publicitaria de la estación”.

Con respecto al patrón musical, la emisora da preferencia a la música venezolana, con acento en los temas populares y folklóricos. No obstante, tanto en las franjas musicales de la programación diaria, como en los programas especializados, la emisora ofrece desde tangos hasta música afrocubana. Comenta Salzano que “por consenso no se coloca reguetón, ya que la mayoría de las producciones de este género, fomentan antivalores entre

“

La emisora transmite 24 horas de programación diaria, gracias al uso de un sistema automatizado cedido por una red de emisoras comunitarias del Perú, creado como *software* libre. La programación en vivo se transmite de 6 y 30 de la mañana a 8 de la noche, de lunes a viernes y, los sábados y domingos, de 8 de la mañana a 6 de la tarde

”

los adolescentes”. El argumento es que *Manantial 92.7FM*, “es una emisora además de comunitaria, alternativa”, y aunque han sido criticados por los más jóvenes, hoy día observan cómo los productores de los espacios juveniles de la estación se han dedicado a explorar otras formas de hacer música, “y ahora mismo están sorprendidos con lo que han encontrado y, por ejemplo, están enamorados de la música juvenil española, y se están acercando al rock argentino, la música brasilera, en fin, a otros sonidos hasta ahora desconocidos para ellos”.

LA FORMACIÓN COMO PRIORIDAD

Entre las políticas de la emisora se concede especial importancia a la formación del recurso humano. Por ello se mantiene un plan permanente de capacitación en las áreas de producción y locución de programas en vivo, voceros comunitarios, producción en pequeño formato y control técnico. El cumplimiento de dichos planes debe enfrentar con frecuencia “las limitaciones de orden presupuestario y la inconstancia de los asistentes”, ya que se trata de los mismos vecinos que deben alternar sus roles laborales y familiares, con la participación en la radio. El resultado de la experiencia les ha llevado a certificar “sólo a aquellas personas cuya constancia en el plan de formación alcance un año”.

Los contenidos de los cursos y talleres están inspirados en la escuela de radio popular, comunitaria y ciudadana, promovida por José Ignacio López Vigil, comunicador cubano-peruano, especializado en radio, autor de numerosas publicaciones sobre la materia y formador de varias generaciones de comunicadores radiofónicos en América Latina.

La emisora sigue además los planes que, en materia de capacitación, ofrece la AMARC, Asociación Mundial de Radios Comunitarias y la Red Venezolana de Medios Comunitarios, organizaciones a las cuales está afiliada. Como resultado de la formal y constante participación en las actividades de la AMARC, *Manantial 92.7* fue seleccionada para recibir talleres de capacitación con el equipo de facilitadores de la Deutsche Welle.

RESPONSABILIDADES COMPARTIDAS

La emisora promueve la participación de los vecinos en campañas para mejorar la calidad de vida en el municipio y fortalecer los valores de identidad de la comunidad. La primera fue *Dona un juguete en navidad*. Los vecinos de los diferentes sectores se unieron con el fin de recolectar juguetes para obsequiar a los niños de las familias con menores recursos de la comunidad naganaguense. La campaña se conserva vigente hasta la fecha.

La segunda campaña dirigida por la emisora fue *Misión Agua*, con la finalidad de propiciar la búsqueda de soluciones al deficiente suministro de agua del municipio. En trabajo mancomunado la radio promovió la participación de los vecinos y autoridades municipales y regionales, así como de Hidrocentro y el ejecutivo nacional, en asambleas de calle que fueron transmitidas como parte de la programación, y en las cuales se discutieron los diferentes aspectos del problema y sus posibles soluciones.

Como resultado de estas asambleas, se logró la reactivación de ocho pozos profundos de agua, se perforaron cuatro nuevos pozos y se impulsó la construcción del Acueducto del Norte, alimentador de agua que solucionará el suministro del líquido en la parte alta de Naguanagua. Para hacer seguimiento a los trabajos mencionados, los vecinos conformaron la asociación civil Misionagua, que además se ocupará de sensibilizar a los habitantes del sector sobre la importancia de la conservación de este recurso natural, a través de su uso razonable.

Persuadidos de la importancia de promover la conciencia ecológica en la comunidad, la emisora preparó una campaña de

conservación del medio ambiente que, en una primera fase, convertirá a la sede del medio en un centro de reciclaje; en una segunda fase, llevará a la comunidad talleres de reciclaje para el óptimo aprovechamiento de la basura y, por último, en su tercera fase, organizará la creación del Semillero Manantial, centro de cultivo de semillas y brotes de árboles, que serán sembrados en el municipio. A raíz de esta campaña, y como reconocimiento al interés demostrado por el ambiente y su conservación, en acto especial, los vecinos declararon a *Manantial 92.7* como la radio ecológica y a Naguanagua, como el municipio ecológico de Carabobo.

En el ámbito cultural, Manantial 92.7 promovió junto a los vecinos, la declaración como Patrimonio Cultural del Municipio, por parte de la Alcaldía de Naguanagua, de las agrupaciones folklóricas Tambores de San Juan, de Tarapío y el Grupo de Parranda, La Roja Imperial; contribuyendo así al reconocimiento de los valores artísticos y culturales del municipio, como rasgos de identidad.

RECONOCIMIENTO POPULAR

El trabajo consecuente y comprometido del colectivo de *Manantial 92.7* ha sido reconocido, en primer término, por los vecinos, quienes les premian día a día con su audiencia, su participación en los programas y en todas las convocatorias hechas por la estación. Escuelas y liceos, agrupaciones culturales y deportivas han otorgado numerosos reconocimientos a la radio.

En ocasión del 5to. aniversario de la emisora, el Concejo Municipal de Naguanagua celebró una Sesión Solemne para reconocer su labor. La Alcaldía de Naguanagua, la Gobernación del estado Carabobo y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, también han distinguido con premios y reconocimientos a esta radioemisora comunitaria.

PUNTO SUR ...

LA RADIO QUE ESTÁ EN LA CANCHA

En la intersección de las avenidas Aranzazu y Sesquicentenario, del sector Ricardo Urriera de la parroquia Miguel Peña, la más poblada del municipio Valencia con cerca de 600 mil habitantes hasta el año 2007, se encuentra la emisora comunitaria, *Punto Sur 97.5*.

Desde el año 2004, funciona en una casa situada al lado de una cancha de básquetbol, en un área de 70 mts² que com-

“

Desde el año 2004, funciona en una casa situada al lado de una cancha de básquetbol, en un área de 70 mts² que comprende 3 cubículos y un pequeño estudio de salida al aire, que cuenta con la consola, dos micrófonos, 2 sillas, un aparato de radio/tv para monitorear las cadenas, y un banco para que los invitados puedan sentarse

”

prende 3 cubículos y un pequeño estudio de salida al aire, que cuenta con la consola, dos micrófonos, 2 sillas, un aparato de radio/tv para monitorear las cadenas, y un banco para que los invitados puedan sentarse. Su fachada está identificada con un gran mural de colores primarios, con predominio del rojo y el azul. En el interior se percibe un ambiente de camaradería y trabajo en equipo.

INTERACCIÓN CON LA COMUNIDAD

La idea del proyecto surge a partir de un taller denominado *la radio que queremos* en el que tuvieron como premisa, hacer una emisora que se pareciera a la comunidad; con el reto de interactuar con ella como catalizadores de procesos que impulsaran nuevas formas de ejecutar sus prácticas cotidianas.

Ese sueño les llevó a preparar la documentación legal para solicitar la habilitación de la radio comunitaria ante CONATEL, para lo cual crearon la Fundación Comunitaria Vencedores del Sur. Recaudaron recursos y compraron el transmisor, la antena y con la ayuda de algunos vecinos construyeron la torre. Bienes que han tenido que mudar en tres oportunidades por no contar con sede propia.

Miguel Espejo, director de la emisora, refiere con orgullo que a pesar de las dificultades que han tenido, desde el 2003, año

en el que inició transmisiones la 97.5, han visto el fruto del esfuerzo colectivo en su comunidad, “nosotros podemos afirmar que tenemos trabajos fortalecidos en las comunidades de Lomas de Funval, Negro Primero, Ricardo Urriera y la Aldea Universitaria de la localidad”.

Hoy en día *Punto Sur 97.5*, cuenta con una programación de 16 horas de transmisión, un equipo de 13 productores y una veintena de colaboradores *ad honorem*, con profesiones y oficios diversos; educadores, técnicos superiores y, la mayoría, estudiantes de la Aldea Bolivariana Tte. Coronel Hugo Chávez Frías. Su trabajo se nutre con el aporte de los vecinos, del colectivo Alexis Vive, Misión Robinson, Misión José Gregorio Henández y la Casa Comunal Ricardo Urriera.

Funciona en una dinámica de transformación constante. El noticiero, por ejemplo, es un producto del trabajo en equipo. Durante el día, llegan por diversas vías denuncias e información de la comunidad. En horas de la tarde, 3 jóvenes miembros de la emisora salen a un centro de comunicaciones, consultan las páginas de la prensa local y nacional, así como sitios oficiales y de oposición, y proceden a bajar información regional, nacional e internacional. Al recabar el material, regresan a la radio, cotejan con lo que llegó durante el día, jerarquizan y redactan los textos, luego los entregan a los locutores, quienes también intervienen y entre todos arman los bloques de noticias. El noticiero se transmite conjuntamente en otras emisoras del sector como: *Monumental 90.1 FM*, *Armonía 92.7 FM*, *Horizonte 105.3 FM* y *Ondas Comunitarias 96.6 FM*.

Su programación cuenta con espacios dirigidos a niños, jóvenes y adultos de la comunidad, con temas de opinión, información, agendas culturales, deportivas y ecológicas. Promueve el proceso revolucionario a través de programas como “El combatiente revolucionario”, “Poder popular”, “Voces del sur”, “Cortando rabo y oreja”, “Somos fuerza emprendedora”, “Senderos de los pueblos”, “Todas nuestras voces”. En este sentido, el director de la emisora afirma que creen y defienden el proceso bolivariano, pero la autorreflexión y la crítica deben ir de adentro hacia fuera, y eso lo aplicamos en nuestra programación. “Cortando rabo y oreja” por ejemplo, hace un seguimiento crítico al funcionamiento de los CDI y los concejos comunales, por eso al compañero lo han corrido de otras emisoras comunitarias”, asegura. Explicó que la pauta musical, se nutre del contexto social que les rodea. Por lo tanto

hay espacios para la música llanera, el vallenato, la salsa, el rock y a través del programa “Canto social”, se transmite la música de Alí Primera y la canción protestataria.

DEL DEBER SER A LA ACCIÓN COLECTIVA

Las prácticas sociales determinan la transformación en sus comunidades. Esto puede apreciarse en la forma como los miembros de *Punto Sur* 97.5 conviven y se proyectan con sus localidades cercanas. Ellos parten de la idea de que la propia comunidad debe adueñarse de los espacios y que el medio de comunicación debe contribuir a que así sea.

En sus investigaciones sobre la comunicación crítica y la educación; Freire (1970), Kaplún (1985) y Habermas (1987), conciben al receptor del proceso comunicativo como un sujeto activo, creativo y protagonista de los sistemas humanos. Partiendo de esta concepción, se desprende que en las relaciones interpersonales suceden procesos bidireccionales y complejos que conllevan a nuevos aprendizajes dentro de la convivencia social.

La mediación de una emisora comunitaria en los problemas que se suscitan en su entorno, permite un acercamiento para construir y reconstruir el pensamiento y llevarlo a una acción social comunicativa en beneficio del colectivo. Los *pequeños* o *grandes* logros, se traducen en la transformación del pensamiento individual en acción colectiva, adaptada a la realidad.

De cara a la necesidad de repensar la comunicación liberadora basada en profundizar el diálogo con las utopías sociales y políticas, Alfaro (2004) propone algunas pistas evaluativas con miras a afrontar esta realidad. Una de ellas, radica en la importancia de la comunidad y la acción colectiva, en un marco de “cohesión valórica que se sitúa en el campo de la solidaridad humana entre sujetos de una misma clase o sector social” (Alfaro Moreno, 2004: 14).

Esta relación permite la creación de vínculos y compromisos en la propia comunidad, de lo cual se desprende otra pista evaluativa, que Alfaro (2004) la define como “participación es protagonismo y democracia” ya que los propios miembros de la comunidad intervienen en sus ambientes y ocupan sus espacios con actividades útiles y beneficiosas para el colectivo.

Actualmente, los miembros de *Punto Sur* 97.5 además de prepararse para ofrecer una programación que incentive el trabajo

“

La mediación de una emisora comunitaria en los problemas que se suscitan en su entorno, permite un acercamiento para construir y reconstruir el pensamiento y llevarlo a una acción social comunicativa en beneficio del colectivo. Los pequeños o grandes logros, se traducen en la transformación del pensamiento individual en acción colectiva, adaptada a la realidad

”

social en la ciudadanía, es la sede de jornadas especiales de cedulación de la Onidex, promueve la activación y el rescate de parques y plazas; elabora murales y, proyecta películas en los espacios comunes. Vale destacar, que durante el período de inscripciones escolares, los habitantes del sector hallaban información sobre los cupos de estudio disponibles en los centros educativos de la zona.

El director de la emisora comenta que el secreto es trabajar con jóvenes emprendedores y comprometidos con su comunidad y su país, dispuestos a transformar las denuncias en acciones populares. Explicó que realizan reuniones semanales para analizar y evaluar las actividades planificadas y emergentes, así como para llevar seguimiento a los trabajos asignados y a la programación de la emisora. Informó que, en paralelo, todos participan en un plan de formación para el medio y otro de formación sociopolítica.

AGENTES MULTIPLICADORES DEL CAMBIO

El equipo de *Punto Sur* 97.5 considera que todo medio de comunicación debe reflejar las necesidades de sus comunidades pero que también debe propiciar que los propios vecinos sean motores del cambio.

En este particular Alfaro (2004) sostiene que la vocación educativa de la comunicación popular es incuestionable porque

siempre hay una “intención educativa de la comunicación, donde el sujeto se encuentra con su comunidad y consigo mismo y promueve procesos de liberación de manera pedagógica” (Alfaro Moreno, 2004: 14).

Un ejemplo palpable es la campaña de recuperación de parques y plazas, que lleva a cabo *Punto Sur* 97.5 en el sector Ricardo Uribe. A través de su intermediación, se logró el rescate de un espacio aledaño a la emisora usado hasta entonces para el consumo de drogas y convertido ahora en la Plaza Los Pioneritos. Las acciones emprendidas con la comunidad permitieron no sólo cercar el parque, limpiarlo y pintar los columpios, sino tener el control de los visitantes, ya que la única puerta de entrada y salida, es la misma que conduce a la emisora.

Otra experiencia exitosa de recuperación de espacios es la ocurrida con la Plaza Simoncito. Surge a raíz de una denuncia que hicieron los vecinos de la vereda 3 del sector Leonardo Ruiz Pineda, debido a la proliferación de compra y venta de drogas. Tomaron nota de la denuncia y la transmitieron en el noticiero. Al mismo tiempo propusieron una reunión con los vecinos con el fin de consultar qué podían hacer ellos para enfrentar la situación. Acordaron limpiar el parque, pintar las bancas, las jardineras; sembrar plantas y, *Punto Sur* pintó una pared de blanco para proyectar películas y en los bordes pintó un graffiti que reza: “Plaza Simoncito, Radio Punto Sur 97.5, Col. Alexis Vive y la comunidad organizada”.

Las vecinas del sector cuentan que además de la película que llevan *los muchachos de la emisora*, ellas *compraron una papelera grande y la colocaron en las áreas comunes*, para ayudar a crear el hábito de colocar la basura donde corresponde; dicen que “los primeros días tocaban las puertas de las casas e invitaban a los niños a jugar... la vereda dejó de ser un antro de drogas para convertirse en una sala de cine al aire libre y un lugar para la recreación de niños y adultos... poco a poco, los vecinos han ido perdiendo el miedo y se están animando a participar”.

EXPERIENCIAS DE INTERMEDIACIÓN

Este tipo de experiencias que se gestan a través de la acción social en una relación radio-comunidad, genera procesos de transformación desde lo cotidiano de las prácticas sociales. Y de acuerdo con las pistas evaluativas sugeridas por Alfaro (2004), este tipo de relación consolida un verdadero compromiso social de la radio

comunitaria con los sectores sociales populares, ya que “la comunicación popular es un gran impulso ético y de responsabilidad, con los más desposeídos, en diálogo participativo con ellos para su liberación” (Alfaro Moreno, 2004:15).

Vista la radio como una herramienta para construir redes de diálogo y comunicación en una comunidad, podría decirse que *Punto Sur 97.5* y *Manantial 92.7*, a través de las experiencias descritas, contribuyen a dar forma a la necesidad de crear la *Radio Ciudadana* que en un marco de utopía realizable el escritor José Ignacio López Vigil compara con los valores universales de la Declaración Universal de los Derechos Humanos; Libertad, Igualdad y Fraternidad.

■ **Liliana Lozano y Edith Fuentes**
Comunicadoras sociales adscritas a la coordinación de producción de la Radio Universitaria 104,5FM de la Universidad de Carabobo y docentes del programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Cecilio Acosta-UNICA

Referencias

- ALFARO MORENO, Rosa María (2004): “Culturas populares y comunicación participativa”. En: *Comunicación*, No. 126, pp 12-19.
- BRITO, Berta (1981): “Primer seminario de promoción cultural y comunicación alternativa”. En: *Comunicación*. No. 35-36, pp 14-21.
- _____ (1981): “El concepto de la comunicación alternativa”. En: *Comunicación*. No. 35-36, pp 82-84.
- FREIRE, Paulo (1970): *Pedagogía del oprimido*. Attac y la educación liberadora. (Documento en línea). Disponible: <http://www.attacmadrid.org/d/5/040928083527.php>. Consultado 2006, abril 15
- HABERMAS, Jürgen (1987): *Acción Comunicativa*. Tomo I. Madrid, España: Editorial Taurus.
- KAPLUN, Mario (1985): *El comunicador popular*. Ecuador: CIESPAL
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio (2004): *Ciudadana Radio*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Centro de Derechos Humanos.
- _____ (2004): Manual urgente para radiolistas apasionadas y apasionados. Tomo I. Caracas. Ministerio de Información y Comunicación.
- _____ (2004): Manual urgente para radiolistas apasionadas y apasionados. Tomo V. Caracas. Ministerio de Información y Comunicación.
- MARTINEZ TERRERO, José. (1980). “Comunicación alternativa grupal en América Latina”. En: *Comunicación*, No. 28-29, pp 32-39.
- REY, José Ignacio (1980): “Comunicación alternativa y comunicación popular”. En: *Comunicación*, No. 28-29, pp 5-8.
- URRIBARRI, Raiza (2006): *Los medios alternativos en Venezuela: quiebres y reconfiguraciones*. Disponible en: www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Cambio_Social/ponencias/GT3_urribarri.pdf - Consultado: 09-09-2008.



Legislación

- Ley Orgánica de Telecomunicaciones. *Gaceta Oficial* No. 36.970 del 12 de junio de 2000.
- Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro. Decreto No. 1.521 del 08 de enero de 2002.

Entrevistas

- Carmen Salzano. *Manantial 92.7FM*
- Ruth Bermúdez. *Manantial 92.7FM*
- Miguel Espejo. *Punto Sur 97.5FM*
- Amarilis Lugo. *Punto Sur 97.5FM*

Entérate por qué estamos en presencia
de una sociedad mediática

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE VENEZUELA

UN NUEVO LIBRO DE LA SERIE HISTORIA MÍNIMA

LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN
DE VENEZUELA
HISTORIA MÍNIMA



*Marcelino Bisbal
Carlos Correa
Gustavo Hernández
Bernardino Herrera
Carlos Colina
Andrés Cañizález
Iván Abreu Sojo
Jesús María Aguirre*

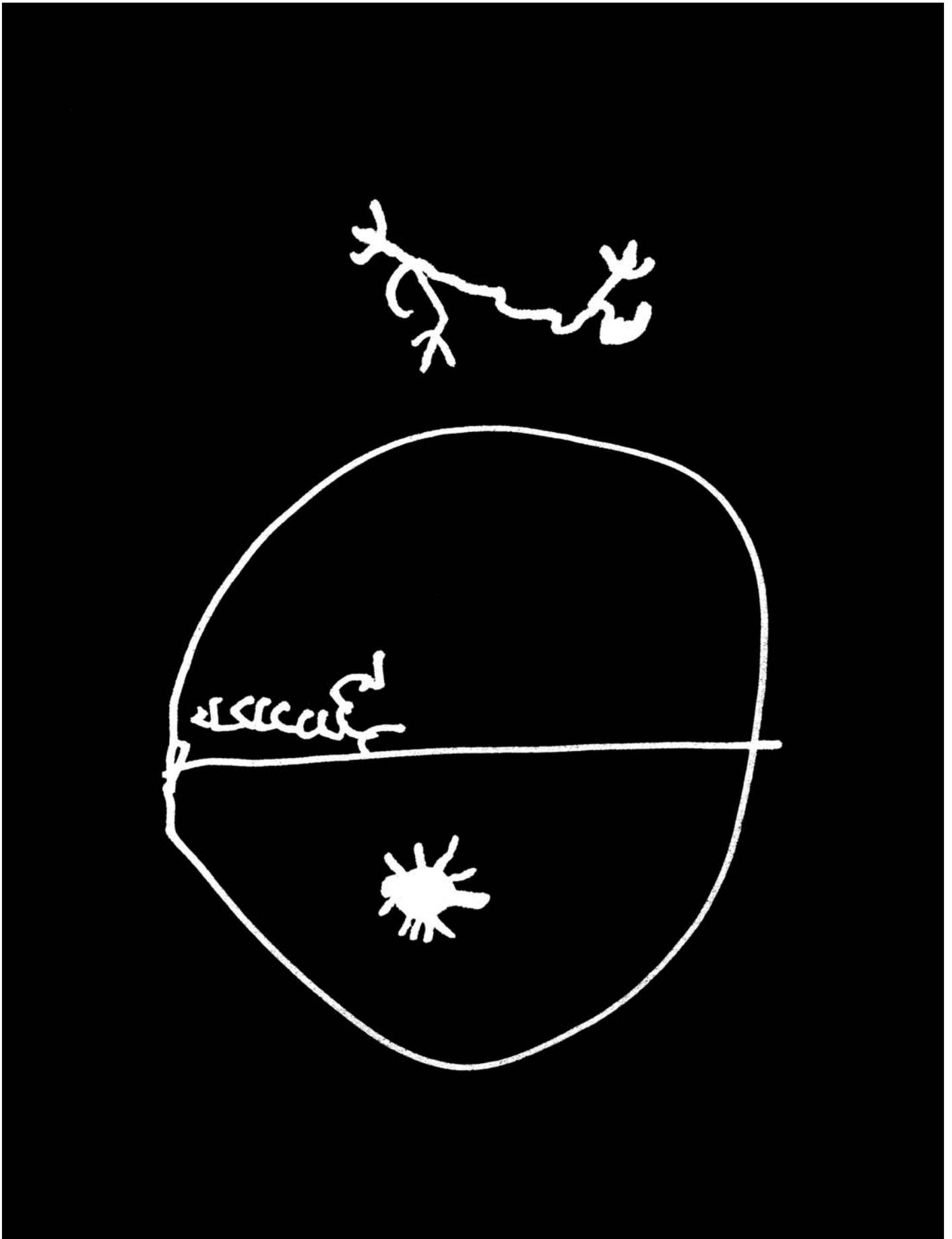
« Un libro para
conocer la historia
y evolución de los
medios de
comunicación
de Venezuela
y comprender cómo
se han convertido
en las empresas
del quehacer
comunicacional que
son hoy en día »



funtrapet

FUNDACIÓN DE LOS TRABAJADORES
PETROLEROS Y PETROQUÍMICOS DE VENEZUELA

LOS LIBROS DE LA SERIE EDITORIAL HISTORIA MÍNIMA SE ENCUENTRA A LA VENTA EN LAS PRINCIPALES LIBRERÍAS
DE CARACAS Y LAS TIENDAS FUNTRAPET DE AMUAY, LA SALINA, TÍA JUANA, EL MENITO Y PEQUÍVEN CARACAS
PARA MAYOR INFORMACIÓN: (58212) 263.9062 - 201.4807 . FONDOEDITORIAL@FUNTRAPET.ORG.VE



Galería de Papel. Dibujo Yanomami. Acidowateri, Edo. Amazonas 1991

Periodismo audiovisual a la merideña

Cinco comunicadores vinculados laboralmente a tres televisoras merideñas nos muestran el panorama del periodismo audiovisual en la ciudad andina, con respecto a la relación con los directivos; con las fuentes oficiales, económicas y académicas; con relación a la remuneración, a las comunidades, a la censura y a la autocensura. En algunos aspectos se encontraron respuestas comunes, pero en otros, los puntos de vista y las experiencias fueron diametralmente diferentes.

■ Argelia Ferrer

Los periodistas que trabajan en los medios de información de la provincia se enfrentan a distintos retos y problemas. En este artículo vamos a mostrar un panorama del periodismo audiovisual merideño, a través de los testimonios de cinco comunicadores sociales que desempeñan o han ocupado diferentes cargos y funciones en tres televisoras de la región andina, específicamente en la ciudad de Mérida donde hay tres televisoras: dos privadas y una universitaria.

La *Televisora Andina de Mérida (TAM)*, la pionera del estado Mérida y la de mayor audiencia, es un canal regional fundado en 1982. Por su parte, la *Organización de Medios de Comunicación (OMC Televisión)* salió a la luz en 1988. En el caso de *ULA TV*—nacida en 1998 tras distintos intentos en la misma universidad—es una empresa universitaria con fines educativos y culturales; aunque maneja pautas publicitarias, su funcionamiento depende sustan-

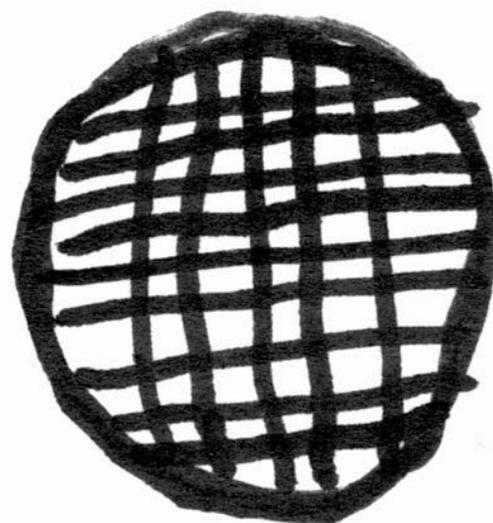
cialmente de los recursos de la casa de estudios¹. Todos estos canales tienen programas informativos y de opinión. *TAM* y *OMC* tienen tres periodistas cada uno para los informativos, mientras que la *ULA TV* tiene seis comunicadores².

¿Dónde se forman los periodistas que trabajan en Mérida?

Académicamente, funciona una extensión de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Cecilio Acosta (UNICA). Aunque también se encuentra en la entidad la Escuela de Medios Audiovisuales (EMA) de la Universidad de Los Andes, esa instancia académica está más orientada a la producción de cine y no contempla en su pensum ninguna materia relacionada con el periodismo audiovisual.

Además de los egresados de la UNICA, Mérida recibe profesionales del periodismo egresados de la Universidad del Zulia y de la ULA en Táchira.

El panorama que presentamos tiene varios aspectos: la relación de los periodistas



con las directivas de los canales donde laboran y con las fuentes económicas, teniendo en cuenta que pertenecen a los sectores empresarial y académico; la relación con las fuentes oficiales, debido a las restricciones para acceder a la información pública y a las dificultades de los periodistas para obtener el contraste de la fuente oficial señalada en el Informe Provea 2006-2007³. Asimismo, considerando la presencia de la Universidad de Los Andes en prácticamente todos los ámbitos de la vida merideña, incluimos la relación con las fuentes académicas. Otros aspectos fueron la percepción de la situación salarial, que es un reclamo permanente de los periodistas; la relación con las comunidades, actores y no sólo receptores de las informaciones de los periodistas audiovisuales; y un fantasma que persigue a los comunicadores como tales y como ciudadanos: la censura y autocensura.

Se formularon ocho preguntas:

- 1- ¿Cómo califica la relación del periodista audiovisual con la directiva del canal en el que labora o ha laborado?
- 2- ¿Cómo ha sido su relación con las fuentes oficiales?
- 3- ¿Cómo es su relación con las fuentes económicas?
- 4- ¿Cómo ha sido su relación o la respuesta de los investigadores de la ULA a la demanda de información u opinión vinculada a temas de actualidad o de otro tipo?
- 5- ¿Siente que hay relación entre su trabajo y su remuneración?
- 6- ¿Cómo ha sido la respuesta de las comunidades a su trabajo como periodista audiovisual?
- 7- ¿Ha sido censurado? ¿Por quién? ¿Por qué?
- 8- ¿Se ha autocensurado? ¿Por qué?

Los entrevistados fueron los periodistas conductores y productores de los tres programas matutinos informativos y de opinión de las tres televisiones regionales: Adelfo Solarte (“De Primera Fuente”, *OMC Televisión*); Pablo Villa (“Buenos días, Mérida, de TAM”) y Nereida Pacheco (“Pantalla abierta”, de *ULA TV*, hasta julio de 2008). Asimismo entrevistamos a Rosángela Sosa, quien fue reportera de *OMC Televisión* por más de un año, y corresponsal de *Televen*; y Carmen Betan-

“

los colegas que hacen reporterismo, suelen mantener una relación a ratos conflictiva y tirante, a ratos distante y pocas veces afable.

Creo que esto ocurre por la posición de asalariado que asume el comunicador y que lo lleva a invertir mucho tiempo y paciencia en lograr un reconocimiento justo de su labor

”

court, periodista de *ULA TV* y ex jefa de prensa del mismo canal. De esta manera logramos opiniones de comunicadores sociales que trabajan o han ejercido labores de reporteros, corresponsales, conductores de programas informativos y de opinión como productores independientes y como empleados de alguna televisora regional⁴.

LAS RELACIONES ENTRE PERIODISTAS Y LOS JEFES

A la pregunta “¿Cómo califica la relación del periodista audiovisual con la directiva del canal en el que labora o ha laborado?”, las respuestas fueron las siguientes:

Adelfo Solarte (A.S.): “En la mayoría de los casos se debe distinguir entre los periodistas reporteros (los que todos los días hacen cobertura en la calle y deben procesar, editar, ese material el mismo día) y los periodistas que hacen programas de entrevistas, de opinión o que cumplen otros roles como ganchos de noticieros, entre otros. Por ejemplo, mi relación es más ligera, menos intensa, ya que sólo voy al canal un par de horas al día. No me preocupa mucho la vida de los directivos en lo que al plano laboral atañe. Sin embargo, y de allí la distinción, los colegas que hacen reporterismo, suelen mantener una relación a ratos conflictiva y tirante, a ratos dis-

tante y pocas veces afable. Creo que esto ocurre por la posición de asalariado que asume el comunicador y que lo lleva a invertir mucho tiempo y paciencia en lograr un reconocimiento justo de su labor. Al final prevalece una relación de empleado a patrono con los tintes que tal encuentro puede generar.”

Rosángela Sosa (R.S.): definió la relación como “dinámica, y determinada día a día por la asignación de pautas informativas que generaban una deliberación e interacción continua con quienes rigen el medio televisivo, y especialmente en las informaciones de sucesos y de índole político y económico se establecía un mayor diálogo a través de la consulta del número de fuentes a entrevistar.

Asimismo, durante la cobertura de eventos publicitarios se establecía una relación inmediata con la directiva a fin de establecer criterios muy específicos del evento.”

Carmen Betancourt (C.B.): considera que la relación debería ser más estrecha. “No siempre se responde la visión de los periodistas con la que poseen los directivos. Creo que esas diferencias, bien sea porque quienes manejan el medio no tienen conocimientos en comunicación social o por las visiones o intereses contrarios, se evidencian en la puesta en escena de las informaciones.”

Pablo Villa (P.V.): se muestra satisfecho: “En cuatro años que llevo laborando en TAM la relación ha sido muy buena ya que se permite trabajar sin ningún problema, que no sea la falta de equipos. Por lo demás, todo bien.”

Nereida Pacheco (N.P.): “Hubiera querido que fuese mejor, más frecuente y con un estilo de gerencia más democrático. Se hacían los reclamos cuando el problema ya estaba planteado y en forma reactiva no proactiva ni previsiva. Todo basado en la improvisación y en los cambios constantes de último minuto. Las caóticas circunstancias que vive el canal [por la toma laboral señalada] tampoco daban lugar en oportunidades para situaciones mejores”.

LA RELACIÓN CON LAS FUENTES OFICIALES

La segunda pregunta formulada fue “¿Cómo ha sido su relación con las fuentes oficiales?”, habida cuenta del discurso permanente desde las instancias del poder contra los periodistas. Transcribimos las respuestas a continuación.

A.S. Enfoca la relación desde el periodista hacia la fuente oficial: “Mi relación

ha sido cordial y amplia. Considero que ningún representante del gobierno puede decir que ha habido un maltrato, un desprecio o una posición que no sea la del periodista cumpliendo, con sumo respeto, la función de entrevistador que el canal me asigna. Estimo que la personalidad –el ser de cada quien– es un elemento que define el tipo de relación con los entrevistados.”

R.S. “Una relación determinada en algunos casos por la incertidumbre, producto del dinamismo prevaleciente en el ámbito periodístico y del quehacer continuo que supone el traslado inesperado hacia diferentes municipios del estado Mérida y otros ámbitos del país, especialmente en el caso de entrevistas a fuentes políticas.”

C.B. A diferencia de las fuentes universitarias, que califica de accesibles, “con las gubernamentales en muchas oportunidades no hay acceso a la información, lo que hace casi imposible que se consulte oportunamente la fuente oficial. En pocas palabras podría decir que mi relación es escasa.”

P.V. “En líneas generales, bien, exceptuando algunos problemas con el gobernador Florencio Porras, quien se cree que todos los periodistas están exclusivamente para sus ruedas de prensa”

N.P. En general buenas, aunque personas del gobierno eran los que más *embarcaban* e incumplían las pautas.

LA RELACIÓN CON LAS FUENTES ECONÓMICAS

¿Cómo es su relación con las fuentes económicas?

A.S. “Las fuentes económicas se abordan poco. En todo caso la mayoría de las fuentes provienen del mundo académico universitario, y del campo de los gremios empresariales. Con todos la relación suele ser fluida y franca.”

R.S. “Es una relación que supone un mayor formalismo producto del manejo de una fuente que requiere un adecuado uso de indicadores que permitan sustentar la información a través de una verdadera investigación. Vale la pena acotar que durante mi permanencia en *OMC TV* logré apreciar ciertas dificultades para concertar entrevistas a especialistas en el ámbito económico, especialmente en lo relativo a temas como el petróleo y el estudio de relaciones bilaterales.”

C.B. “Como formo parte de un medio de la Universidad de Los Andes, aprove-

“

muestra una opinión distinta sobre la fuente académica, a la que considera “realmente muy cerrada ya que se maneja por parte de los universitarios un criterio de secreto, de muy privado a la hora de solicitar cualquier información de investigación o similar, pero si es de política, entonces hablan hasta por los codos.”

”

chamos la existencia de especialistas y analistas de los temas económicos que pertenecen a la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, para así obtener información de la materia económica. Aunque con respecto a representantes de entes tan importantes como el Ministerio de Planificación o incluso el Banco Central de Venezuela, tal vez el estar tan distanciados, en la capital de la República, nos imposibilita consultarles directamente.”

P.V. “Todo bien, siempre están dispuestos a dar información, a colaborar”.

N.P. “Buenas. Con nivel de respuesta rápido y óptimo”

LOS INVESTIGADORES COMO FUENTE INFORMATIVA

El aprovechamiento de las fuentes académicas debería ser una posibilidad permanente en el periodismo merideño pues la ULA, una de las más importantes universidades autónomas del país, tiene facultades con investigadores activos en distintos campos del saber.

Ante la pregunta ¿Cómo ha sido su relación o la respuesta de los investigadores de la ULA a la demanda de información u opinión vinculada a temas de actualidad o de otro tipo?, las respuestas fueron las siguientes:

A.S. “Los investigadores tienen la información y muchas veces hasta la noticia. Lo que ocurre es que no existe de parte de los periodistas la conciencia del tesoro periodístico que se concentra en este sector y de allí que prive el menosprecio a estas fuentes. En esta crítica me incluyo. Tal vez la respuesta a esta circunstancia esté en el tiempo y mayor dedicación que ameritan las fuentes académicas y en la ausencia de una metodología para incentivar que estas fuentes se abran a los medios.”

R.S. “Es una relación sustentada en la verdadera receptividad, la sinceridad y organización, tanto en el desarrollo de eventos especiales como en la búsqueda noticiosa institucional. En ambas situaciones los representantes del equipo rectoral de la ULA, profesores y personal adscrito a las diferentes instituciones de pre-grado, investigación y extensión manifestaban su cordial deseo de contribuir a la transmisión de la información en el ámbito académico, científico cultural y por supuesto social”.

P.V. muestra una opinión distinta sobre la fuente académica, a la que considera “realmente muy cerrada ya que se maneja por parte de los universitarios un criterio de secreto, de muy privado a la hora de solicitar cualquier información de investigación o similar, pero si es de política, entonces hablan hasta por los codos.”

N.P. “Buena. Con excelente disposición a informar”

LA REMUNERACIÓN DEL PERIODISTA

No hay duda de que los periodistas se sienten sub-pagados. La pregunta fue ¿Siente que hay relación entre su trabajo y su remuneración?

A.S. “No. Siento que mi trabajo está subvalorado. En específico me cancelan 900 Bs. F. mensuales (antiguos 900 mil) por hacer todos los días el programa. Si bien son dos horas, el canal no incluye la preparación de las entrevistas, la documentación y el tiempo de revisión informativa. La triste realidad es que un colega reportero del canal puede devengar mil 300 bolívares fuertes, pero debe estar hasta 12 horas en el canal. Esa circunstancia hace parecer los 900 Bs. F. por 2 horas como una fortuna...que no es.”

R.S. considera que “el gremio debe trabajar en pro de un aumento de la seguridad social del periodista y de un incremento de su remuneración económica.”

C.B. señala otra faceta, que es la explotación del profesional. “Creo que los salarios de los periodistas en muchas oportunidades no se corresponden con la labor desempeñada, sobre todo en los medios regionales donde debes ser periodista, productor, jefe de prensa, moderador, secretaria... todo por el mismo salario.”

P.V. “Cuando por mi trabajo se pague lo que considero debe ser, ese día seré el comunicador más feliz.”

N.P. antes pertenecía a la empresa que maneja ULA TV. “No. Sólo ahora que ingresé a la ULA como personal ordinario estoy viendo las mejoras de tipo social, sin embargo la remuneración no es la mejor.”

LAS COMUNIDADES Y LOS COMUNICADORES

Los medios de comunicación regionales son los que informan sobre los aspectos más sentidos por las comunidades. ¿Cómo ha sido la respuesta de las comunidades a su trabajo como periodista audiovisual?

A.S. “Por el estilo del programa no abordamos el tema comunitario con regularidad. Lo que sabemos es que tiene buena audiencia pero eso no está estadísticamente comprobado.”

R.S. “Las comunidades día a día respondían de forma inmediata al medio televisivo tanto en el traslado a las inmediaciones de *OMC TV* como en el aporte de testimonios sustentados y vivenciales en atención y demanda de soluciones a los principales problemas sociales de sus comunidades.”

C.B. “La respuesta de las comunidades es altamente positiva. Ser parte de la solución de problemas o la difusión de temas de interés científico o humanístico es el día a día de los comunicadores sociales, y la solicitud constante de espacios en nuestros medios me hace entender que la gente confía en el trabajo que se realiza y conoce del poder de la información.”

P.V. “El saludo de la gente, el que te reconozcan en la calle, el que te llamen para que vayas a las comunidades, a que lo paren para plantearle un problema incluso personal, en fin, ese es el mejor premio y reconocimiento que cualquier comunicador social puede recibir y de eso me siento orgulloso porque todos los días gracias a Dios me sucede.”

N.P. “No he trabajado directamente con las comunidades, sino con algunos voce-

“

Es de hacer notar que la ULA tiene dos escuelas de Comunicación Social, una en Táchira y otra en Trujillo, así como una escuela de Medios Audiovisuales en Mérida, pero ninguna de las tres instancias académicas participa en la directiva de la televisora universitaria

”

ros a través de entrevistas en el programa que realizaba. La gente refleja su agradecimiento y reconocimiento por los programas.”

LA CENSURA Y LA AUTOCENSURA

¿Ha sido censurado? ¿Por quién? ¿Por qué? Las respuestas varían.

A.S. Nunca he sido censurado. En ese sentido puedo decir que el canal (*OMC-TV*) ha sido respetuoso con el criterio del periodista.

R.S. “Durante mi ejercicio como reportera no hallé ningún tipo de censura. No obstante las informaciones políticas requerían un tratamiento imparcial a través de la continua confrontación de las fuentes”

C.B. “Me permito preguntarle qué periodista en nuestro país no ha sido censurado por el dueño del medio, directivo o jefe de información. Si existen deben ser pocos los casos, pues en algún momento habrá informaciones que no se correspondan con las líneas o intereses del propio medio o institución.”

P.V. Plantea un caso específico de autocensura: en su programa “Buenos Días, Mérida” denunció a una banda de traficantes de droga y una hora después recibió una llamada de amenaza de muerte. “De algu-

na manera eso me ha censurado aunque no del todo”.

N.P. refiere la censura en un canal universitario. “Sí. La gerencia indica a quien se puede entrevistar o no y cómo hacerlo sobre todo en materia política”.

En cuanto a la autocensura, los periodistas merideños no están ajenos a esta práctica. Sólo en un caso la respuesta fue negativa.

A.S. “Sí. Lo he hecho no realizando ciertas preguntas que debería hacer en momentos claves. Esa decisión ha sido mía y ha ocurrido cuando sospecho que la fuente no es totalmente responsable de una denuncia. Es una especie de mecanismo –tal vez no el más apropiado– para evitar meter en aprietos a personas involucradas en hechos de los que, presumo, no son del todo responsables.”

C.B. “Sí, me he autocensurado cuando conociendo la política comunicacional que me rige obtengo alguna información que no debo hacer pública, pues contra- viene la misma.”

P.V. señala que se autocensuró por la amenaza de la banda de narcotraficantes que refirió en la respuesta anterior.

N.P. “Sí. Evito los reclamos y preguntaba antes si se podía entrevistar a algún personero o no.”

DE TODO UN POCO

A manera de conclusión, vamos a comentar algunos aspectos producto de la encuesta. En primer lugar, la relación entre los periodistas y los directivos de los canales donde laboran es calificada como “ligera”, “dinámica” y “buena” por los trabajadores de las televisoras comerciales, a diferencia de la percepción de los comunicadores del canal universitario, quienes muestran inconformidad en la manera en que se manejan estas relaciones. Es de hacer notar que la ULA tiene dos escuelas de Comunicación Social, una en Táchira y otra en Trujillo, así como una escuela de Medios Audiovisuales en Mérida, pero ninguna de las tres instancias académicas participa en la directiva de la televisora universitaria.

En lo referente a la relación periodistas con las fuentes oficiales, los entrevistados no acusan problemas serios –como lo han hecho los reporteros de los canales nacionales. Sin embargo, reportan incertidumbre, falta de acceso en algunas oportunidades, incumplimiento de personeros oficia-

les a la hora de asistir a los programas aunque hubieran confirmado su asistencia, y algunas diferencias con los criterios del gobernador del Estado. Es preciso señalar que en Mérida no hay –por ahora– televisoras oficiales, y que las fuentes oficiales dependen únicamente de los canales privados y del universitario para aparecer en las pantallas de los hogares merideños.

Con las fuentes económicas no hay problemas, según las respuestas de los entrevistados. Cambiando de tema, la ULA tiene una presencia definitiva en todos los ámbitos de la vida de la ciudad andina pero eso no la hace una fuente primordial, siendo calificada por los comunicadores consultados como “muy cerrada” y también como “buena”. Asimismo se destacó la falta de conciencia de los periodistas sobre las posibilidades informativas de la fuente universitaria.

Si alguna pregunta produjo una respuesta unánime fue la referente a la remuneración de los periodistas: todos consideran que no corresponde al trabajo que desempeñan. En cuanto a la relación con las comunidades, también la perciben positiva y gratificante.

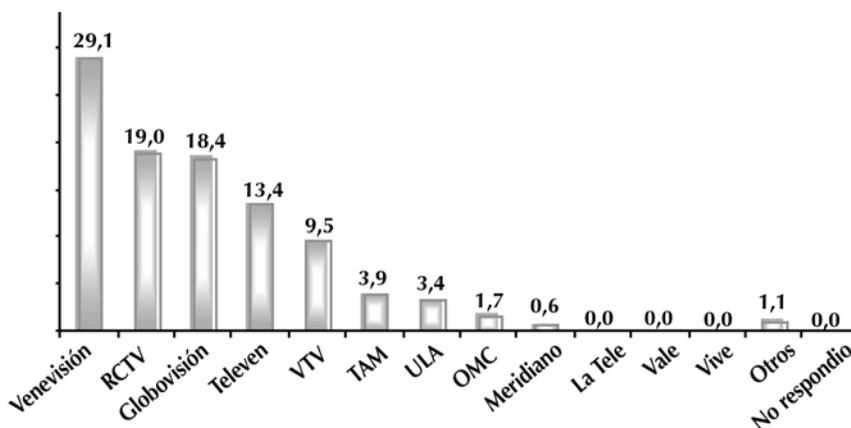
Por último, las respuestas referentes a la censura y autocensura nos muestran que los periodistas audiovisuales que trabajan o han trabajado en televisoras privadas dicen no haber sido censurados, mientras que, paradójicamente, los comunicadores al servicio del canal de la Universidad de Los Andes sí han tenido limitaciones en el ejercicio de la profesión.

De las respuestas suministradas por los periodistas consultados pudimos extraer estas consideraciones que, sin ánimo de generalizar o pretender que se corresponden a lo que es la práctica del periodismo audiovisual en la provincia venezolana, nos muestran el panorama del periodismo audiovisual con acento merideño.

■ Argelia Ferrer E.

Profesora de la Escuela de Medios Audiovisuales,
Miembro del Consejo Directivo del Doctorado en Ciencias Humanas
Universidad de Los Andes, Mérida.

CANALES QUE VE EL PÚBLICO EN PRIMER LUGAR EN MÉRIDA



Fuente: Centro de Asesoría y Proyectos Estadísticos (CEAPE), Escuela de Estadística de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes.

Notas

- 1 Los porcentajes de visionado de los canales regionales que se ven como primera opción es la siguiente: TAM, 3,9%; ULA TV, 3,4%; OMC, 1,7%. Estas cifras corresponden a los resultados de entrevistas aplicadas en 187 hogares de la ciudad de Mérida, del 10 al 13 de marzo de 2006, como parte de un estudio sobre Percepción Pública de la Biotecnología Agrícola en Mérida. El muestreo fue polietápico, estratificado por conglomerados. La muestra fue diseñada con un nivel de confianza del 95% y un error máximo admisible de $\pm 6.5\%$. Aún estaba en el aire RCTV. El estudio completo está disponible en el portal www.saber.ula.ve, en las publicaciones de Argelia Ferrer E.
- 2 Las instalaciones de ULA TV fueron tomadas por tres trabajadores del canal, el 29 de octubre de 2007, como forma de reclamo por mejoras laborales y para convertirla en un medio de comunicación obrero, según manifestaron en una transmisión con motivo de la toma. Pese a una sentencia del Tribunal Supremo de Justicia que ordenó el desalojo, la medida no se ha cumplido (en septiembre 2008) y la señal sale al aire desde la sede del Rectorado, en un esfuerzo titánico de los trabajadores de la planta para continuar con las labores.
- 3 (2008): “Informe Provea 2006-2007” En: revista *Comunicación* (141). Caracas: Centro Gumilla. pp. 62-69.
- 4 La encuesta se pasó vía electrónica, previa conversación telefónica con los participantes, durante el mes de agosto de 2008. Agradecemos a los colegas su oportuna respuesta al cuestionario.

“El techo sigue

Persiste esa barrera invisible que impide a la mujer profesional ascender y desarrollarse al máximo de su capacidad. Y para colmo de males, en Venezuela casi nunca se ha considerado a la mujer periodista como fuerza laboral productiva digna de estudio y análisis

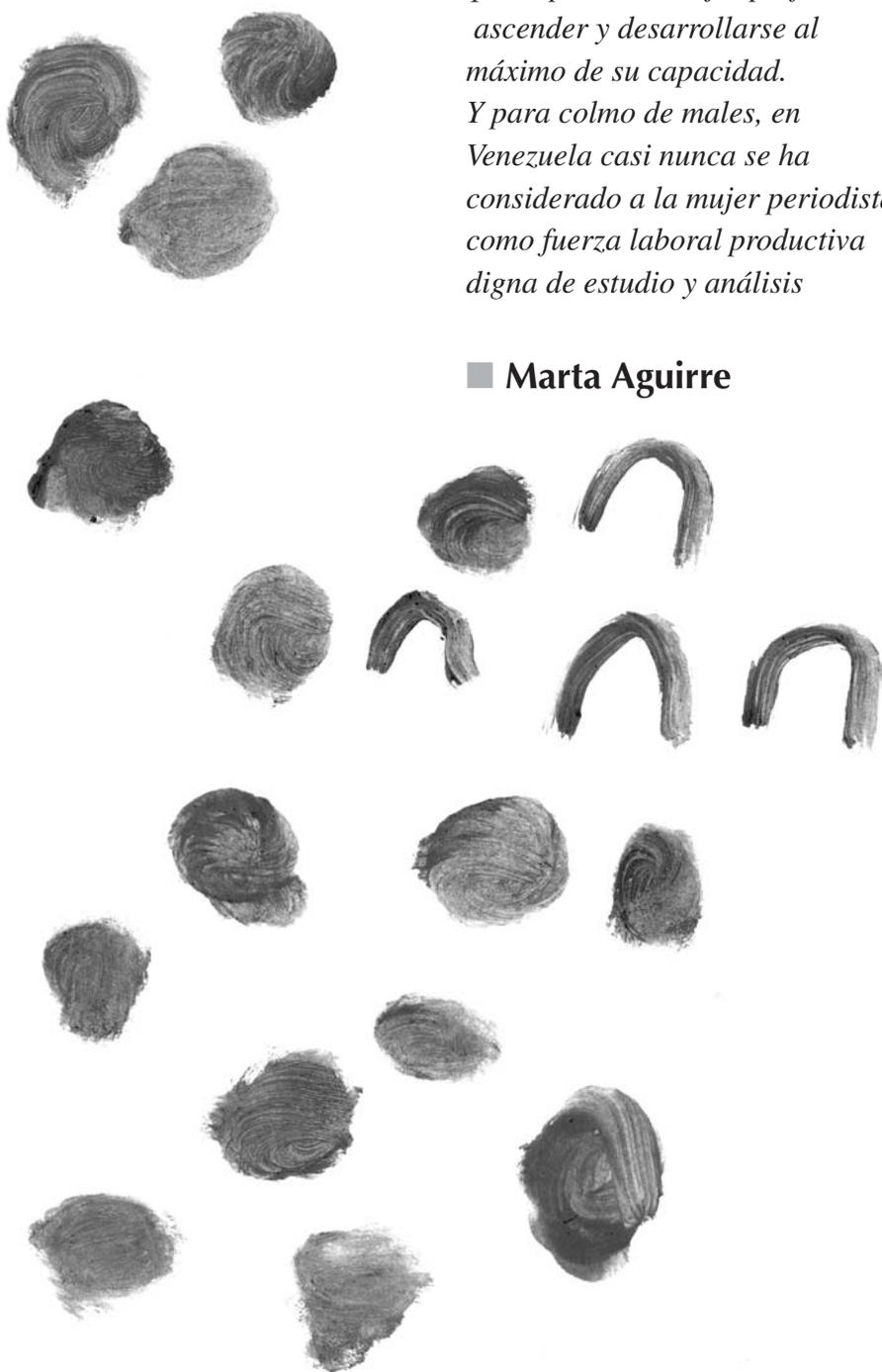
■ **Marta Aguirre**

Organismos internacionales de influencia global, como la Oficina para la Mujer de la Organización de Naciones Unidas (ONU) o la Comisión de la Mujer de la Unión Europea, propician estudios sobre el desarrollo económico y social de la población femenina a la vez que mantienen un monitoreo constante sobre la equidad de género en el mundo, al detectarse que persisten desigualdades que impiden el desarrollo de la mujer en todas sus capacidades.

En cuanto al periodismo, la Federación Internacional de Periodistas (FIP) tiene como uno de sus objetivos prioritarios propiciar el análisis de la situación de la mujer periodista, enfocándose en la necesidad de favorecer, especialmente en América Latina, la igualdad de oportunidades tanto en los medios de comunicación como en los sindicatos.

En Venezuela, al igual que en muchos otros países occidentales, a la profesión periodística acceden mayoritariamente mujeres, *feminización* que se vislumbró desde los años 60. Sin embargo, nunca se ha enfrentado con rigurosidad el estudio cuantitativo y/o cualitativo de la situación laboral de las periodistas, ni cuál es su posición en comparación con la del hombre. Se generaliza, alegando a favor, que en los contratos colectivos venezolanos se beneficia a todos por igual pues no se hacen distinciones de cláusulas masculinas o femeninas; pero estos beneficios contractuales sólo rigen en las grandes empresas de la capital, quedando la mayoría en el desamparo. Además, en el nuevo discurso internacional se plantea la necesidad de que sí se tomen en cuenta las diferencias, por cuanto son distintas las necesidades de hombres y mujeres trabajadores, especialmente si se considera que en ellas recae el cuidado del hogar, la crianza y formación de los hijos.

Antes de entrar de lleno en el tema, queremos hacer un breve recuento histórico de la entrada de la mujer al ejercicio



siendo de cristal”



periodístico en Venezuela. Consideramos importante este punto pues intentamos demostrar que desde que la mujer se atrevió a poner los pies en una redacción hasta hoy que ya representa mayoría profesional, casi nunca se la ha considerado como fuerza laboral productiva digna de estudio y análisis. De ser anécdota pasó a fenómeno curioso. Hasta hace dos décadas se le escatimaba el reconocimiento profesional y gremial. Y nunca como hoy la mujer periodista fue más apática para reconocer que su techo sigue siendo de cristal.

LAS PIONERAS

Son escasos los estudios que se conocen sobre las primeras mujeres que en Venezuela se aventuraron al periodismo, y no siempre coinciden en los nombres ni en las fechas. Lo que parece quedar claro es que desde la segunda mitad del siglo XIX las mujeres venezolanas incursionaron en las imprentas. Tenían la inquietud de la escritura y colaboraron en las revistas literarias de época, que si bien tenían vida generalmente corta, también es cierto que proliferaban.

Se atribuye a *El Rayo Azul* (1864), semanario literario del Zulia, como punto de partida para la historia de la mujer venezolana en la prensa. También se destaca a Concepción Acevedo de Taylhardat como la primera mujer que dirige una publicación (Ramón 1984), la revista literaria *Brisas del Orinoco* (1876-1890), aunque también fundó y dirigió las revistas *El Avila*, y *La Lira*.

El quinquenario modernista *El Cojo Ilustrado* (1892-1915) marca un hito por la calidad de su contenido y por su novedosa presentación. Sus colaboradores son masculinos, aunque se recuerdan, por lo excepcional, las firmas de la misma Concepción Acevedo de Taylhardat, Polita de Lima, Magdalena Seijas, Mercedes Guevara Rojas, Carmen Brigé, Virginia Gil de Hermoso y Luisa Queremel.

No pueden considerarse periodistas como tales, no publican noticias ni viven del oficio, pero abren un camino que antes de ellas estaba vedado a las mujeres.

En el siglo XX, por oposición al régimen gomecista, las jóvenes llegarán al periodismo desde la política y la lucha por sus derechos sociales y políticos. Carmen Clemente Travieso (1900-1983) es la figura emblemática para el gremio, considerada la primera periodista que se atrevió a salir a la calle para contrastar la realidad.

Se suele marcar la fecha de la muerte del dictador Juan Vicente Gómez como el

“

En 1941 se funda el tabloide Últimas Noticias que entre sus novedades trae la contratación de las primeras reporteras, Ana Luisa Llovera, María Teresa Castillo, Juana de Avila, pioneras del periodismo tal como se concibe hoy: se sale a la calle a buscar noticias y se vive cada día la urgencia de la redacción

”

arranque del movimiento femenino venezolano. A los 13 días del fallecimiento del dictador, el 30 de diciembre de 1935, ellas publican el *Mensaje de Mujeres Venezolanas al General Eleazar López Contreras*, reclamando las reivindicaciones que les estaban negadas. Las mujeres tienen en esas fechas un rol protagónico que pocas veces se volverá a dar en las décadas subsiguientes. Dice Yolanda Ramón (1984): “Igualdad de salarios y una resuelta reforma de las leyes y códigos que establecen diferencias basadas en el sexo, son reivindicaciones que, exigidas en 1940, no han sido logradas aún.”

PRENSA MODERNA Y ESCUELAS DE PERIODISMO

La prensa, que adquirió un auge insospechado a la caída del régimen gomecista, entra a la modernidad durante la presidencia de Isaías Medina Angarita (1941-1945). En 1941 se funda el tabloide *Últimas Noticias* que entre sus novedades trae la contratación de las primeras reporteras, Ana Luisa Llovera, María Teresa Castillo, Juana de Avila, pioneras del periodismo tal como se concibe hoy: se sale a la calle a buscar noticias y se vive cada día la urgencia de la redacción. Dos años más tar-

de, Henrique Otero Vizcarrondo funda *El Nacional*, diario estándar que asimila las novedades introducidas por *Últimas Noticias* y forma también su equipo de reporteras, entre quienes destacan Francia Natera e Ida Gramcko. En 1941 también se crea la Asociación Venezolana de Periodistas y Luz Machado habla como representante del sector femenino en el Primer Congreso Venezolano de Periodistas.

Es tiempo de importantes conquistas sociales, bullente participación femenina y significativos avances periodísticos y gremiales. Más importante aún, por primera vez mujeres periodistas cobran un salario mensual.

El golpe de Estado del 18 de octubre de 1945 derroca a Medina Angarita y la Junta Revolucionaria de Gobierno, presidida por Rómulo Betancourt, permite mayores aperturas. En un solo año, 1946, las mujeres obtienen el derecho al voto; se constituye el Sindicato Nacional de la Prensa (SNTP) y se funda la Escuela Nacional de Periodismo, bajo el cobijo de la Universidad Central de Venezuela. En la primera promoción Leoncio Martínez egresaron 55 periodistas titulares, de los cuales 11 eran mujeres. (*El Nacional* 2005).

Al referirse a la primera escuela de periodismo venezolana, dice el investigador Jesús María Aguirre (1998): “Este inicio que auguraba ser vertiginoso, más tarde se vio interrumpido por un periodo dictatorial, que hizo colapsar el desenvolvimiento normal de la carrera por la clausura en 1951 de las puertas de la UCV. En 1954 se reabrirá la Escuela de Periodismo, pero perdiendo su condición de tal, y solamente se recuperará tras la caída del dictador Pérez Jiménez en 1958. Estos comienzos, fuertemente influenciados por el azar político-social y la lucha antidictatorial, marcarán profundamente el quehacer de los profesionales y de los académicos”.

La reconquista de la democracia en Venezuela permite que se creen dos nuevas Escuelas de Periodismo, la de la Universidad del Zulia y la de la Universidad Católica Andrés Bello. En aquellos primeros años 60 todavía una mujer en las Escuelas de Medicina o Ingeniería de la UCV era una excepción, pero no en las escuelas de periodismo —luego nombradas Escuelas de Comunicación Social— en las cuales cada año aumentaban significativamente las matrículas de mujeres. Ya en 1973, en la promoción de la UCV *Manuel Isidro Molina*, se gradúan como Comunicadores Sociales 30 mujeres y sólo 4 hombres.

CON ESCASO RECONOCIMIENTO Y POCA PARTICIPACIÓN

Si la generación del 28 se destaca históricamente como una lucha masculina en contra de una dictadura; lo mismo sucede cuando se relata el 23 de enero de 1958, día cuando la Asociación Venezolana de Periodistas (AVP) tuvo un papel relevante en el derrocamiento de la dictadura de Marcos Pérez Jiménez.

El Colegio Nacional de Periodistas en 1983, en comunicado de prensa con motivo de los 25 años de la caída del régimen perezjimenista, reconocía el papel desempeñado por los avepistas. De los 50 nombres de periodistas homenajeados, se nombraba una sola mujer: Ana Luisa Llovera, aunque sin recordar que fue la primera y única presidenta de la AVP.

Fueron muchas las mujeres que sufrieron la dictadura, quedando replegadas en revistas femeninas o de variedades, u ocupadas de la crónica social. Las pocas mujeres que habían logrado permear los periódicos se quedaron como islas en redacciones eminentemente masculinas.

Otro dato que ilustra el escaso reconocimiento a las mujeres periodistas lo aporta el hecho de que hasta 1983 sólo 10 mujeres recibieron el Premio Nacional de Periodismo, aunque fue instaurado en 1949.

Y en 1983 sucede otro hecho inusual. Por primera vez una mujer llega al máximo cargo del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP). Helena Salcedo obtiene por la vía de las elecciones sindicales la Secretaría General para el periodo 1983-1985. Le da un verdadero empuje a la mujer periodista y propicia la creación de un nuevo movimiento femenino, después de décadas de silencio. Surge el *Equipo Mujer y Comunicación* y por primera vez se intenta el estudio serio de las condiciones laborales de la mujer periodista.

Si bien es cierto que no se contó con una incorporación satisfactoria de colegas femeninas, el *Equipo Mujer* logró la realización de 3 jornadas consecutivas. En la jornada de 1983 se revelaron datos desesperanzadores. Aunque ya había dejado de ser un fenómeno el egreso mayoritario de mujeres de las distintas Escuelas de Comunicación, en las redacciones de los medios impresos todavía se restringía el ingreso a las colegiadas. Para esas fechas, en el diario *El Universal* trabajaban 44 periodistas, 40 hombres y 4 mujeres; en *El Nacional*, de 125 periodistas, 109 eran hombres y 16 mujeres; en *Meridiano* laboraban 17 pe-

“

El Colegio Nacional de Periodistas en 1983, en comunicado de prensa con motivo de los 25 años de la caída del régimen perezjimenista, reconocía el papel desempeñado por los avepistas. De los 50 nombres de periodistas homenajeados, se nombraba una sola mujer: Ana Luisa Llovera, aunque sin recordar que fue la primera y única presidenta de la AVP

”

riodistas y sólo una era mujer; en 2001 de 33 periodistas, solo 6 eran mujeres; en *Ultimas Noticias* de 31 periodistas, había 25 hombres y 6 mujeres; en el *Diario de Caracas* de 56 periodistas 32 eran hombres y 16 mujeres.

Cuando Helena Salcedo pierde las siguientes elecciones del SNTP intenta la continuidad del *Equipo Mujer y Comunicación*, pero al final de la década de los años 80 el grupo se disuelve, como tantas otras agrupaciones femeninas que habían surgido por el empuje de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que declaró el periodo 1976-1985 como el Decenio de la Mujer.

TECHO DE CRISTAL

Es justo reconocer que desde la década de los años 90 la mujer periodista logró permear los medios de comunicación venezolanos sin restricciones por razón de sexo. Al menos así lo parece si se hace un recorrido rápido por las plantillas de los grandes medios impresos y audiovisuales, porque tampoco hay estudios formales que lo testifiquen.

El caso es que las periodistas venezolanas parecen sentirse conformes con la aparente igualdad de condiciones laborales alcanzadas con respecto a sus colegas hombres. Si bien es cierto que, por lo menos en

Caracas, se ha logrado igualdad en la remuneración, y cada día son más las mujeres que ascienden a jefaturas medias, todavía persiste la desigualdad. Los puestos más altos de decisión cuando no le son negados, ellas mismas los rechazan por interferir con su condición de madre y sus responsabilidades domésticas. Visto así, la igualdad ha resultado en trampa. La mujer trabaja igual que el hombre pero en desventajosas condiciones.

La Oficina Regional para América Latina de la Federación Internacional de Periodistas, (FIP-AL), dentro de su proyecto *Periodismo, Sindicalismo y Equidad de Género*, se ha propuesto atender esa situación de desigualdad entre las y los periodistas, detectada en múltiples eventos, como el 24° Congreso de la FIP, reunido en Seúl en 2001; la I Conferencia Latinoamericana de Mujeres Periodistas (Brasilia 2001) o la Segunda Conferencia Latinoamericana de Mujeres Periodistas (Río de Janeiro 2004).

Los diagnósticos coinciden en “destacar la insuficiente discusión en torno a estos temas, la desigualdad en la remuneración, la falta de respuestas frente a la falta de articulación entre la vida profesional y la vida doméstica, la debilidad en la cobertura de salud y seguridad social para mujeres periodistas, sus dificultades para acceder a canales permanentes de capacitación y profesionalización, la pérdida de sus derechos laborales por incorporación al trabajo independiente y la poca participación en cargos decisivos y de alta responsabilidad.”

La periodista peruana Blanca Rosales Valencia, Premio a la Valentía en Periodismo, otorgado por la International Women's Media Foundation de Washington, en el reciente Seminario Regional de la FIP-AL realizado en Argentina, expuso: “El techo sigue siendo de cristal, pues pese a las expectativas las cosas no están mejor para las mujeres ahora”. Persiste esa barrera invisible que impide a la mujer profesional ascender y desarrollarse al máximo de su capacidad.

Si bien la situación de la mujer periodista venezolana no es tan grave como la de sus colegas latinoamericanas, podría empeorar. Los beneficios salariales y sociales obtenidos en las convenciones colectivas tienden a perderse dado el auge de los *paquetes*, modalidad impuesta por las empresas que prefieren negociar los contratos de sus asalariados en forma individual.

Estos paquetes hacen perder fuerza a la sindicalización y a las mujeres como colectivo. Pero es que la FIP ha detectado in-

cluso la escasa participación sindical de la mujer. Por ello promueve la formación de Consejos de Género en los sindicatos que podrían detectar a profundidad los casos de desigualdad así como adelantar los estudios sobre las condiciones laborales de la mujer periodista.

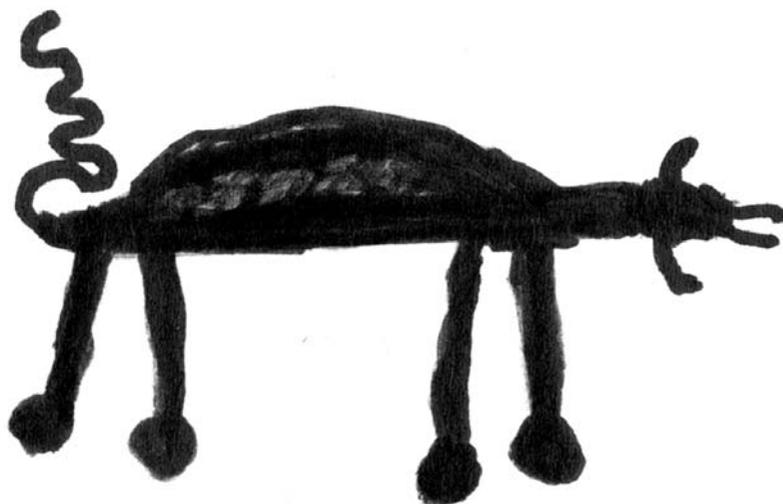
Pero a nuestro modo de entender, el principal problema que enfrentan hoy las periodistas venezolanas es su apatía. A veces el principal impedimento para romper ese techo de cristal es la propia mujer que en su lucha por equipararse a sus colegas hombres se desentiende de cualquier movimiento reivindicativo que le huelva a feminismo. Llegados a este punto surgen nuevas e inquietantes preguntas. ¿Es apatía o cansancio? ¿Es el aviso del fin de las luchas femeninas o el despertar de una diferente forma de lucha? Otro nuevo estudio pareciera necesario.

■ Marta Aguirre

Periodista, egresada de la UCV.
Profesora de la Escuela de
Comunicación Social de la UCAB.

Referencias

- AGUIRRE J.M. (1998): *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela*. Caracas: Ayakua, Universidad Católica Andrés Bello.
- GIL GUZMAN R. (1994): *Figuras sobresalientes de la Comunicación Social. Un perfil de ejemplaridad de los comunicadores*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- GUZMÁN, Cristina y CORDOLIANI, Silda (2007): *Más de 100 mujeres de Venezuela*. Caracas: Banco del Caribe
- RAMÓN Y. (1985): *La mujer en la vida nacional y en la prensa*. Caracas: Editorial Arte.
- SNTP (2001): *55 Aniversario del SNTP (Una jornada de reafirmación Institucional)*. Caracas: Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa.
- 40 años *Escuela de Comunicación Social* (1987): Caracas: Ediciones del Rectorado UCV.
- 62 Aniversario *El Nacional* (2005): *Huellas con nombre de mujer*. Caracas: *El Nacional*





Hemos rediseñado nuestra página web para ofrecerte nuevos servicios

Queremos que seas un usuario de la red Gumilla además de nuestro lector habitual



Ahora en el nuevo portal podrás encontrar información actualizada sobre publicaciones, cursos y programas en desarrollo.

En nuestra biblioteca digital podrás ingresar al archivo histórico de la Revista *Comunicación* para que revises sus 30 años de historia desde tu computador.



Además podrás recibir nuestro boletín informativo ponerte en contacto con los autores y comentar en nuestros artículos de opinión. Entra y suscríbete de forma gratuita.

Estamos en www.gumilla.org.ve

Centro Gumilla...Construyendo el país que queremos

EN UN PRINCIPIO FUE EL PERIODISMO

La irrupción del siglo XXI marca la im- pronta de nuevos paradigmas de la comu- nicación que transitan por el replanteo de la definición del periodismo, la mediación social ejercida por sus profesionales, la calidad de los contenidos difundidos, y el protagonismo de las audiencias en la ca- dena de producción informativa.

Esta tendencia, que puede resumirse bajo el concepto del periodismo ciudada- no, enlaza con las inmensas posibilidades de interacción que ofrecen las nuevas tec- nologías para los procesos de recogida, análisis y divulgación de noticias, en de- trimento de la otrora acción pasiva de los usuarios frente a los medios. (García, 2006).

En esta línea, impresos tradicionales han comenzado a experimentar diversas alternativas para incorporar los aportes del público, como los blogs y los foros. Entretanto, la *BBC* ha optado por la osada fórmula de ofrecer formación a potencia- les reporteros sobre la base del uso gene- ralizado de cámaras digitales y teléfonos móviles, herramientas que permiten cap- turar hechos en su lugar y tiempo de ocu- rrencia.

Para algunos personajes de la talla de Edward Fouhy y Jan Schaffer, fundadores del Centro Pew Charitable Trusts, la co- rriente del periodismo ciudadano intenta retomar el contacto con los lectores para detectar los temas que capitalizan la pre- ocupación colectiva, potestad antes veda- da tras el olfato periodístico, o apenas cana- lizada a través de estrategias como las cartas y las encuestas.

Sin embargo, en ocasiones *escuchar* a los ciudadanos también implica recurrir a grupos focales o a reuniones privadas, tal como lo ha puesto en práctica el diario *OhMyNews* de Corea con su consejo de reporteros ciudadanos, el cual se reúne una vez por mes para evaluar la labor de la redacción del diario. (Meso, 2005).

Curiosamente, el concepto de los con- sejos de lectores se ha venido practican- do con relativo éxito desde hace algunos años. Sin ir muy lejos, una incursión so- mera por Iberoamérica lleva a distinguir al periódico *El Norte* (Monterrey, Nuevo León), perteneciente al Grupo Reforma de México, como uno de los pioneros en la búsqueda de un modelo de *periodismo*

Periodismo, gerencia y conocimiento

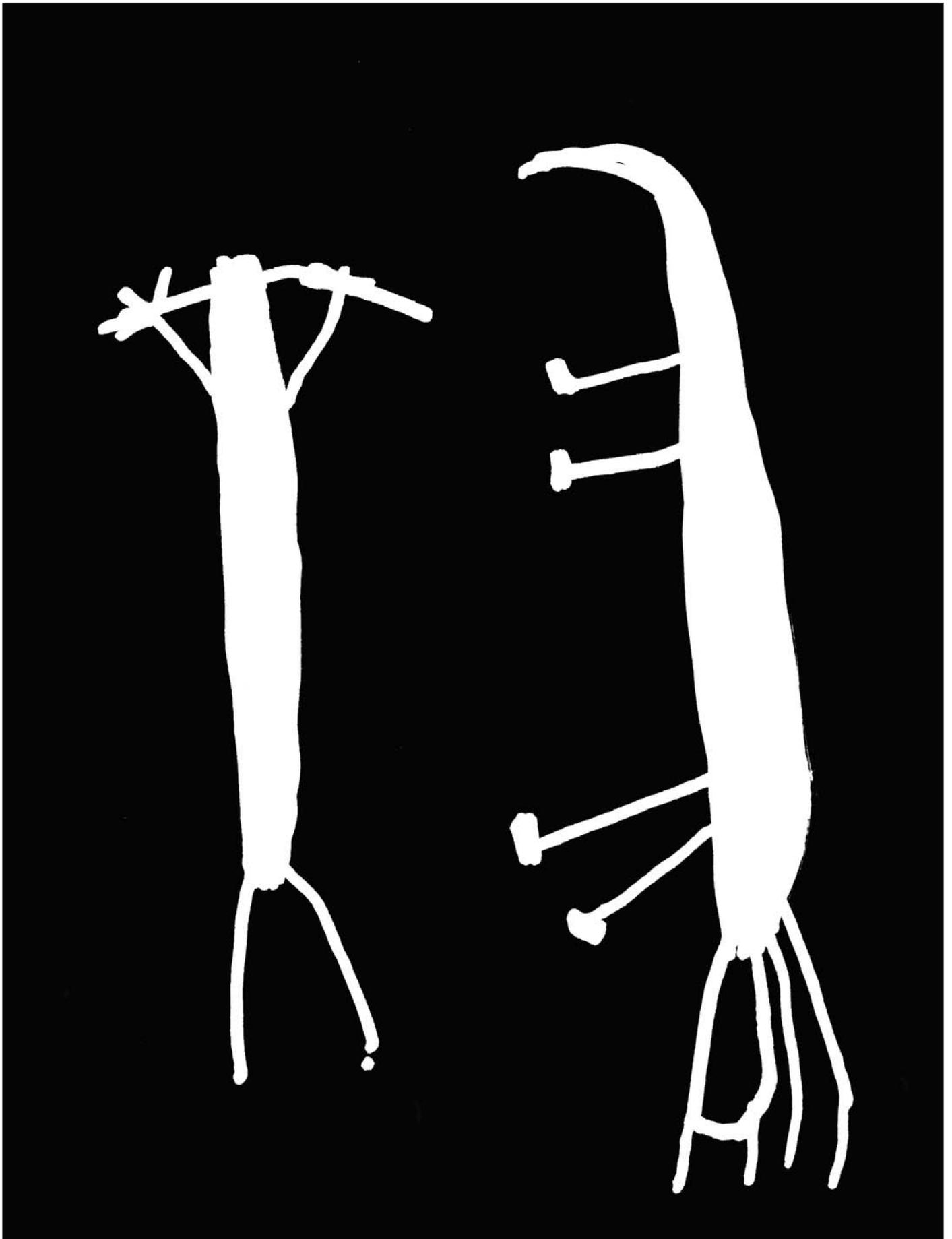
La experiencia de los consejos editoriales de *El Nacional*

El presente artículo tiene como finalidad hacer una breve exposición de la metodología de los consejos editoriales puesta en práctica por el diario El Nacional en Venezuela desde el pasado mes de noviembre de 2006.

En este sentido, examina el modelo desde tres perspectivas articuladas: la inmediata, que remite a la noción del periodismo ciudadano, pasando por los presupuestos del gobierno informativo hasta desembocar en la gerencia del conocimiento.

Al amparo de estas aproximaciones se ponen de relieve las bondades de los consejos de lectores más allá del ámbito estrictamente periodístico, visualizándose otras aplicaciones de “valor agregado” que rondan la gestión organizacional.

■ **Agrivalca R. Canelón S.**



Galería de Papel. Dibujo Yanomami. Asidowateri, Edo. Amazonas 1991

abierto en el que la ciudadanía participa activamente en la confección de la agenda informativa de cada una de las secciones bajo la figura de los consejos editoriales.

Estos equipos de lectores y especialistas, constituidos en verdaderos directores editoriales, se reúnen semanalmente para opinar sobre el contenido de las secciones (qué se ha hecho bien y qué no tanto), y definir lo que debe hacerse en adelante (historias por publicar, personas a ser entrevistadas, acontecimientos por cubrir, cómo encaminar una investigación).

Alrededor de ocho mil personas han sido copartícipes voluntarios en esta experiencia del Grupo Reforma que vio la luz en 1991, y si bien los consejos editoriales son renovados cada año, algunos integrantes permanecen por más tiempo, garantizando así la continuidad de los proyectos. (Santoyo, 2006).

Otro tanto apuntan en esta ruta los consejos de lectores de *El Mercurio* (Santiago, Chile), creados a modo de instancia de reflexión periódica para obtener una retroalimentación sobre el contenido y el diseño del rotativo, aparte de propuestas de temas que pueden contribuir a enriquecer y ampliar la pauta editorial. (Parra, 2005).

Por su parte, Brasil no se queda fuera de la arena merced los consejos de lectores de *Zero Hora* de Porto Alegre y *Diario Do Grande* de Sao Paulo.

Cabe citar también el caso de la revista semanal *Tiempo* de España, cuyo consejo de lectores (formado por ocho personas elegidas a través de la página web con rotación cada seis meses), sigue habitualmente la publicación y hasta dispone de un espacio fijo en cada número para expresar sus opiniones, críticas y sugerencias sobre los contenidos.

Tras esos pasos se lanzó el diario digital barcelonés *La Vanguardia.es* con su consejo editorial de los usuarios. Compuesto por diez internautas de distintas edades y profesiones, este órgano consultivo acompaña semanalmente a la edición online “con el objetivo de corregir errores, mejorar día a día y de ser más próximos a los lectores y usuarios”.

Entretanto, *El Nuevo Diario* (Nicaragua), al igual que *El Nuevo Día* (Puerto Rico) y *Prensa Libre* (Guatemala), ostentan sus respectivos consejos de lectores. El último de estos rotativos se sirve de un 50 por ciento de sus suscriptores para conformar a sus equipos de asesores editoriales, más un 25 por ciento de lectores referidos por los editores, y otro 25 por ciento de lectores seleccionados al azar.

“

Estos equipos de lectores y especialistas, constituidos en verdaderos directores editoriales, se reúnen semanalmente para opinar sobre el contenido de las secciones (qué se ha hecho bien y qué no tanto), y definir lo que debe hacerse en adelante (historias por publicar, personas a ser entrevistadas, acontecimientos por cubrir, cómo encaminar una investigación)

”

Sin duda, antecedentes de este calibre auparon en el 2006 a la Dirección de Responsabilidad Social (DRS) de la Casa Editorial El Tiempo (Colombia), a vislumbrar la posibilidad de instaurar, en el marco de su programa de mejoramiento de la calidad periodística, un consejo de lectores y comunidades de intérpretes que permitan “conocer al lector no como target o cliente, sino como partícipe de un contexto social, político y cultural”.

De por sí, la *Radio Pública de Minnesota*, acogiendo al rótulo del “Periodismo de Sabiduría Pública”, ha puesto de relieve el conocimiento de la audiencia en determinados asuntos por sobre la experiencia de los más avezados periodistas de cara a una cobertura noticiosa profunda, creíble e inteligente. (Witt y Seoane, 2005).

Sometiendo este planteamiento a una relectura desde las iniciativas de los consejos de lectores o consejos editoriales, cabría inferir que la mejor manera de ganar a los ciudadanos a la causa del periodismo es haciéndoles sentir que son *propietarios* del producto final, lo que en nada dista de la postura de Abraham Nosnik con respecto a la comunicación productiva.

En efecto, para Nosnik el proceso comunicacional se inicia no con el contenido emitido sino con la retroalimentación de los usuarios/receptores (clientes, consu-

midores, ciudadanos). Se alude así al estado de “las comunidades de inteligencia comunicativa”, en las que priva la corresponsabilidad: el proveedor (emisor) procura generar información conforme las demandas de su usuario, al cabo que éste está obligado a retroalimentar al primero para ayudarle a mejorar su capacidad comunicativa, de donde se deriva que ambas partes asumen una cuota de responsabilidad individual frente al sistema. (Nosnik, 2002).

Haciendo un ejercicio de expansión de miras hacia la gestión organizacional, esta argumentación de Nosnik colinda igualmente con el exhorto elevado en pro del *buen gobierno* y la transparencia, horizonte del que están lejos de escaparse los grupos periodísticos en razón de la creciente comercialización de los contenidos, las transformaciones en los esquemas de propiedad de los medios masivos de comunicación, y en general su paridad con las estructuras empresariales imperantes en otros sectores económicos.

No por casualidad, entonces, en un entorno de difícil conciliación de intereses (accionariales, empresariales, profesionales y sociales), ha adquirido relevancia el análisis de las prácticas de gobierno corporativo en la prensa, dada la naturaleza de su misión de servicio que se concreta en la oferta de productos de calidad. (Perspectivas del mundo de la comunicación, 2005, pp. 6-7).

Ciertamente, tratándose de las compañías periodísticas, las decisiones de gestión provocan externalidades sobre un gran número de interesados naturales (empleados, clientes, proveedores, comunidad), que no sólo sobre sus accionistas. Por este motivo, perentorios se hacen los acercamientos a enfoques de gobierno corporativo que encajen con la esencia de la actividad, ejercida en un ambiente de libertad de mercado y revestida de altos estándares de confianza pública.

A ciencia cierta, buena parte de las corrientes parecen confluir hacia la integración del paradigma del gobierno centrado en los *stakeholders* junto a los preceptos del gobierno público y del gobierno informativo. Se apuesta así por el reconocimiento de los profesionales de la información como el *agente* de la maximización del valor para la sociedad tanto como los directivos son el *agente* de la maximización del valor para el accionista.

Suscribiendo este argumento encaminado a compatibilizar gobierno corporativo y gobierno informativo como parte de la misión del negocio, la aspiración última

redunda en sensibilizar a los consejos de administración de las corporaciones de prensa frente a la idea de incluir en su seno a periodistas activos o retirados, y todavía más a propósito del tema central que ocupa estas reflexiones: hallar la forma de dar al público la posibilidad de sentirse *propietario* del periódico de su comunidad.

A tales fines se hace necesario desarrollar indicadores concretos de buen gobierno informativo que, al igual que la rentabilidad, sirvan de incentivo para la toma de decisiones, centrándose en dos cuestiones fundamentales: el valor que la empresa periodística crea para sus diferentes *stakeholders*, aunado al tipo de relaciones que ha de establecer ésta con aquéllos. (Arrese, 2006).

A título ilustrativo, por lo que atañe al contexto de los medios impresos en Venezuela, *El Nacional* representa una de las empresas editoriales precursoras en la consideración de las opiniones y los sentimientos de los lectores, llevándole a liderar las tendencias de un periodismo cada vez más profundo, representativo y pertinente. (Socorro, 2007, p. 6).

Más de seis décadas de existencia han colocado a *El Nacional* en una posición privilegiada dentro del mercado periodístico venezolano, sustentada en una sólida oferta informativa y de entretenimiento: los rotativos *El Nacional* y *Primera Hora*; las revistas *Todo en Domingo*, *Eme de Mujer* y *Los Clavos*; el website *el-nacional.com*; la editorial Los Libros de El Nacional y el producto educativo *Brújula*.

Mención aparte merece el ingreso de *El Nacional*, en 1993, al Grupo de Diarios de América (GDA), constituido por los rotativos más influyentes en once países de la región, a saber: *La Nación* (Argentina), *O Globo* (Brasil), *El Mercurio* (Chile), *El Tiempo* (Colombia), *La Nación* (Costa Rica), *El Comercio* (Ecuador), *El Universal* (México), *El Comercio* (Perú), *El Nuevo Día* (Puerto Rico) y *El País* (Uruguay).

De suyo, invocando parte del discurso proferido por el Sr. Miguel Henrique Otero, presidente editorial de *El Nacional*, en la celebración del 64 aniversario del diario (agosto 2007), el objetivo se encamina a "...proteger la marca de *El Nacional*, expandir sus indiscutibles capacidades, y lograr que ella siga siendo una divisa personal para cientos de miles de personas en todas las regiones de Venezuela".

Semejante reto entrañó en 2007 transformar el negocio sin abandonar el núcleo de la profesión periodística, y con ella la

“

En particular, atendiendo a los hallazgos arrojados por las pesquisas sobre la lectura de los rotativos venezolanos, que dieron cuenta del envejecimiento del lector promedio, la excesiva politización y el escepticismo general frente a los medios de comunicación (tanto oficiales como privados), derivó la tarea clave de captar nuevos lectores, especialmente jóvenes menores de 30 años

”

inquietud por conectar con el público. De allí el afán por enriquecer *el pensamiento periodístico* de *El Nacional* con nuevas fuentes e ideas a través de la metodología de los consejos editoriales, en pos de reafirmar dos elementos de la línea corporativa: la defensa de la democracia y la innovación. (Castillo, 2008).

El Nacional: CAMBIO E INNOVACIÓN EN 360°

El Nacional principió el 2007 con la puesta en marcha de un plan de negocios apoyado sobre el crecimiento de sus siete unidades de negocio (Tabloide, El Nacional, Interactivo, Nuevos Negocios, Revistas, Libros y Distribución), complementado con la creación de nuevos productos y servicios, amén del establecimiento de novedosos esquemas de alianzas con potenciales socios y públicos de interés (*Producto*, 2006, p. 95).

Así, a partir del despliegue de una plataforma de investigación con alcance nacional y dos años de duración, la alta dirección definió los criterios centrales para el relanzamiento de la empresa, que incluyó el cambio en la tecnología de impresión, la inauguración de otra sede de operaciones y la renovación del *producto bandera*.

En particular, atendiendo a los hallazgos arrojados por las pesquisas sobre la lectura de los rotativos venezolanos, que dieron cuenta del envejecimiento del lector promedio, la excesiva politización y el escepticismo general frente a los medios de comunicación (tanto oficiales como privados), derivó la tarea clave de captar nuevos lectores, especialmente jóvenes menores de 30 años, mediante un remozamiento del diario desde el punto de vista de sus contenidos (el qué) y su presentación (el cómo), haciéndolo más lúdico, gráfico y divertido (color e imágenes –fotografías e infografías–).

En este sentido, la evolución del proyecto editorial reclamó llevar adelante un rediseño integral del periódico, solicitándose en lo sucesivo la participación activa de los públicos internos con el ánimo de delimitar “cómo veían a *El Nacional* de hoy y cómo soñaban a *El Nacional* del futuro”. A ello se añadió la consulta a públicos externos, consistente en una muestra de 50 formadores de opinión.

Precisados los términos de una propuesta gráfica basada en una noticia más breve pero rica en los enfoques, enmarcada en una *navegación ergonómica*, se visualizó el reagrupamiento de las fuentes del rotativo en cuatro cuerpos, a saber:

- Nación. Remite al Poder y a las instituciones, tanto en el ámbito de la política como en el de la economía, la cultura y los deportes, entre otros.

- Ciudadanos. Refleja la incidencia de las decisiones del Poder y de las instituciones sobre la cotidianidad del *individuo de a pie*.

- Escenas. Abarca el entretenimiento asociado con la tecnología, la cultura y el arte.

- Deportes. Expone el acontecer de la práctica deportiva profesional, *amateur* y escolar, en sus distintas disciplinas y plazas. (Revista *Nuestras Impresiones*, 2006, pp. 8-9).

Esta avanzada fue secundada por una intensa revisión de la estructura del área comercial, de los sistemas de información, y de las rutinas profesionales de la redacción (plan de adiestramiento periodístico ejecutado con la colaboración de personalidades como Miguel Ángel Bastenier –*El País* de España–, Alejandro Urbina –*La Nación* de Costa Rica– y Ricardo Klappenbach –*El Clarín* de Argentina–).

No obstante, más allá de los intrínsecos técnicos, bajo los auspicios de esta nueva

etapa *El Nacional* acicateó por el flanco del credo organizacional su compromiso con la ciudadanía, gracias a la consolidación de sus mecanismos para el control de la calidad y la *vigilancia constructiva* de los contenidos (apertura y transparencia), habida cuenta de que el periodismo encarna una institución revestida de responsabilidad social, sujeta a la credibilidad y el cuestionamiento colectivos.

Así las cosas, aparte de las “Cartas de los Lectores”, el “Panel de los Lectores” y la figura del “Defensor del Lector”, *El Nacional* decidió introducir una metodología inédita para el momento en el caso de Venezuela, consistente en la celebración de consejos editoriales por cada una de las secciones del periódico, de tal modo de sentar en una misma mesa y con una periodicidad de cuando menos cada quince días, a los diferentes jefes de información junto a invitados externos vinculados con la fuente respectiva.

El fin último de esta iniciativa se consagró a identificar, a partir del intercambio de ideas y opiniones, líneas temáticas que pudieran ser insertadas en la agenda de cada una de las secciones del diario, con el ánimo de incrementar la interacción con el lector y enriquecer la perspectiva informativa, haciéndola más cercana y accesible frente a sus necesidades.

Obedeciendo a estos lineamientos, *El Nacional* fundó oficialmente sus consejos editoriales en noviembre de 2006 siguiendo una tónica experimental y apelando a un criterio temático, si bien se admitió de entrada las posibilidades de transversalidad entre las áreas.

En aras de fomentar la discusión, se convino en constituir cada grupo de trabajo sobre un número mínimo de ocho personas y un máximo de doce, verificándose excepciones dependiendo de la amplitud de visiones demandada por el abordaje temático *per se*.

Una vez instalados los equipos y con algunos meses de operatividad plena (finales de mayo de 2007), la empresa llevó a cabo un taller interno en el que tomaron parte la directiva, los jefes de información y una selección de consejeros editoriales. Este encuentro decantó en el documento “Carácter, participación, funcionamiento y visibilidad de los Consejos Consultivos Editoriales de *El Nacional*”, estableciéndose el perfil y el alcance de estas instancias asesoras, sin descender su articulación con la dinámica del periódico y sus actores en aras de fortalecer el pensamiento editorial.

Ante todo, se entiende que las personas invitadas a ser miembros de los consejos

“

se entiende que las personas invitadas a ser miembros de los consejos editoriales de *El Nacional* son elegidas en función del atributo que significa su experiencia, especialización o competencia en un determinado campo profesional o del saber, que no por su vinculación con empresas, organizaciones o instituciones

”

editoriales de *El Nacional* son elegidas en función del atributo que significa su experiencia, especialización o competencia en un determinado campo profesional o del saber, que no por su vinculación con empresas, organizaciones o instituciones. Asimismo, se acoge a lectores, amas de casa y estudiantes, rescatando el carácter pluralista que da cabida a los más diversos sectores y tendencias ideológicas, culturales y políticas.

De resultas, para esta fecha *El Nacional* cuenta con trece consejos editoriales según se indica a continuación en estricto orden cronológico:

- **Negocios** (noviembre, 2006). Personas ligadas a los ámbitos de la pequeña y la mediana industria, de emprendimiento y creatividad, de consultoría y gerencia pública.

- **Cultura** (noviembre, 2006). Personas vinculadas a las áreas de la producción, la difusión, el estudio y la enseñanza de la cultura y sus diferentes expresiones.

- **Deportes** (noviembre, 2006). Personas relacionadas con los ámbitos del entrenamiento, la práctica, el patrocinio y, en últimas, la afición a diferentes disciplinas deportivas.

- **Salud** (febrero, 2007). Personas ligadas a la comunidad médica en sus diferen-

tes ramas de especialidad, así como también a los campos del bienestar y la salud integral.

- **Ciudad** (febrero, 2007). Personas vinculadas al quehacer de la organización comunitaria, la gerencia urbana y el activismo social en favor del empoderamiento ciudadano.

- **Macroeconomía** (febrero, 2007). Personalidades relacionadas con los sectores petrolero, de la banca y la consultoría, además de representantes de asociaciones empresariales.

- **Política** (febrero, 2007). Personas ligadas a organizaciones partidistas, así como también a la dinámica legislativa y la defensa de los derechos humanos.

- **Educación, Ciencia y Ambiente** (marzo, 2007). Personas vinculadas a la promoción y el despliegue de esfuerzos en un amplio radio de gestión educativa (academia e investigación, ciencia aplicada, tecnología, ecología, educación especial).

- **Los Libros de *El Nacional*** (julio, 2007). Personas relacionadas con el quehacer editorial, en una confluencia de visiones que van desde los autores hasta los gerentes.

- **Sucesos** (septiembre, 2007). Personas ligadas a la administración de justicia y la defensa de los derechos humanos, los cuerpos de seguridad ciudadana y los movimientos de organización vecinal para la prevención del delito.

- **el-nacional.com** (febrero, 2008). Personas vinculadas a los campos del comercio electrónico y la consultoría, de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, del periodismo digital y las comunidades virtuales.

- **Internacionales** (febrero, 2008). Internacionalistas de larga data, abogados además a los ámbitos académico y de investigación.

- **Revista *Todo en Domingo*** (junio, 2008). Personas ligadas a los ámbitos de la moda, el diseño y la decoración, la belleza, la gastronomía, la música, la salud, la farándula y la vida nocturna.

De esta manera, *El Nacional* ha procurado construir un modelo de consejos editoriales acomodado a su disponibilidad de recursos (personal asignado y tiempo dedicado), y proporcional a sus dimensiones organizacionales (espacios de implantación por afinidad temática o secciones).

Ello ha supuesto el levantamiento de una rutina sobre la marcha, sin mayores guías, a veces con el ensayo y el error a cuestas, presta a los buenos deseos y los espaldarazos, pero también atenta a las críticas.

CONSEJOS AL BANQUILLO

En lo que concierne a su funcionamiento, a lo largo de estos casi dos años, la actividad de los consejos editoriales se ha venido canalizando a través de reuniones de intercambio, cada quince días, con una duración máxima de una hora y media, en las que se emiten observaciones con respecto a la cobertura de las secciones (enfoques y presentación), al igual que se comparten opiniones sobre tendencias, novedades y temas que pudiesen interesar a los lectores.

No se descarta el análisis constructivo de la competencia (aspecto esencial para el momento de la salida al mercado del rediseño de *El Nacional* en febrero de 2007). De allí que se tramite para cada uno de los consejeros, en tanto principal herramienta de trabajo, una suscripción gratuita al diario (en físico o en digital, según la preferencia), válida durante un año.

En todas las sesiones de consejo editorial participa el jefe de información de la sección respectiva, así como también un representante del consejo directivo o del tren gerencial de *El Nacional*, y la coordinadora de consejos editoriales. Ocasionalmente pueden incorporarse invitados internos, tales como reporteros o personal de las diferentes dependencias de la empresa.

La convocatoria con la agenda de cada reunión es circulada previamente entre los participantes por la coordinación de consejos editoriales vía correo electrónico, siendo el sitio de las deliberaciones la sede de *El Nacional* de Los Cortijos. Independientemente de este acto, al comienzo de cada año se le entrega a los consejeros un cronograma con las fechas tentativas de los encuentros correspondientes a su grupo de trabajo.

Al término de cada sesión, la coordinadora de consejos editoriales elabora una breve minuta/reporte con los temas discutidos (preámbulo, diagnóstico) y las recomendaciones surgidas (lineamientos), de cuyo seguimiento (próximos pasos) se encarga el jefe de información de la sección. Este material queda a la disposición de los consejeros de ese equipo editorial, y puede compartirse además con los consejeros de otros grupos que así lo soliciten (transversalidad), y demás instancias del periódico.

De cara al próximo encuentro, cabe la asignación de tareas (por ejemplo, papeles

“

En lo que concierne a su funcionamiento, a lo largo de estos casi dos años, la actividad de los consejos editoriales se ha venido canalizando a través de reuniones de intercambio, cada quince días, con una duración máxima de una hora y media, en las que se emiten observaciones con respecto a la cobertura de las secciones (enfoques y presentación)

”

de trabajo o sugerencia de ideas), con vistas a abordarlas como punto de agenda. Aunque una situación coyuntural puede provocar el llamado a sesiones extraordinarias, se estimula la comunicación permanente con los consejeros vía telefónica o por e-mail. A tales efectos, se distribuye un directorio con los números de contacto y las direcciones electrónicas de los miembros de los respectivos equipos, abierto a los periodistas de la sección.

La participación en los consejeros editoriales de *El Nacional* tiene una naturaleza voluntaria (*ad honorem*), no implica ningún intercambio económico y su vigencia no alcanza más de un año. Cumplido ese tiempo, la Dirección de *El Nacional* evalúa la posibilidad de prorrogar la membresía de una o varias personas por grupo.

Por lo pronto, a la vuelta de las casi 400 reuniones celebradas hasta el presente, los consejos editoriales de *El Nacional* exponen como sus logros más representativos:

- El despliegue sistemático de trabajos periodísticos publicados con base en las propuestas trazadas (espectro temático y tratamiento informativo).
- La expansión del radio de voceros y fuentes a partir de las sugerencias formuladas para cada una de las materias.

- El perfilamiento de las secciones acogiéndose a intereses y demandas de mejoramiento.

- El autodiagnóstico continuo con el ánimo de auspiciar un periódico de calidad, crítico y equilibrado que se *repiensa*.

- La consolidación del rol de *El Nacional* en tanto plataforma para el consenso de ideas entre actores gubernamentales y no gubernamentales en materias sensibles como la educación y la cultura.

Más en detalle, arribar a este estadio ha sido posible en virtud de la puesta en marcha de una serie de innovaciones:

- La fórmula de traer invitados especiales a las sesiones de trabajo (a modo de foros abiertos) para nutrir las reflexiones, conectar con fuentes directas y visualizar mejor los trabajos periodísticos.

- La participación de consejeros en varios equipos editoriales, ampliando así las posibilidades de transversalidad entre las áreas.

- La intervención de los consejeros en las reuniones de pauta matutinas y vespertinas para compartir la experiencia de planificación del periódico de la mano de la mesa de redacción, los jefes de información de cada una de las secciones, además de otros actores como infografía, diseño y archivo.

- La incorporación de los consejeros a otras actividades del periódico (por ejemplo, como miembros de los jurados calificadores para el otorgamiento de distinciones a columnistas, proyectos educativos y talentos literarios por parte de *El Nacional*).

- El cambio de escenario de las reuniones para los consejos editoriales nocturnos, ahora llevados a cabo en la sala de redacción, lo que permite introducir a los participantes en la onda periodística (hora del cierre, páginas de la edición del día siguiente).

- La inserción de un espacio dedicado a los consejos editoriales dentro de la página de “Lectores” para dar cuenta al público de su desenvolvimiento cada quince días (anécdotas y avances).

Por lo que respecta a la *administración de quejas*, aun cuando se han registrado momentos puntuales de tensión en ciertas reuniones dada la diferencia de opiniones entre algunos consejeros, o la expresión de insatisfacción con respecto a la ejecución

de las recomendaciones, las críticas no han dejado de ser provechosas para identificar las *zonas oscuras* en las que es posible y necesario mejorar. Por esto la instrucción girada a los jefes de información para que ofrezcan la explicación de rigor cuando, por razones de la dinámica diaria, se dificulte cumplir con los acuerdos o acoger las sugerencias.

En consecuencia, se asume que la herramienta fundamental de trabajo de los consejos editoriales es el diálogo, comprendido como la unidad mínima de interacción social para la *puesta en común* de un saber (datos e información), asegurando el enriquecimiento y la evolución de quienes participan en la comunicación, y por ende la generación de conocimiento. (Gutiérrez, 2003).

A propósito de este planteamiento conviene traer a colación a Chillida (2007), para quien la información manejada por una organización debe responder a los términos de su actividad, con el ánimo de que desemboque en la creación de un conocimiento valioso tanto para sí misma como para las personas que laboran en ella.

En palabras de la Sociedad Española de Documentación e Información Científica (SEDIC), la gestión del conocimiento (ya sea almacenándolo o haciéndolo circular), se halla indefectiblemente atada a la innovación, y puede referirse lo mismo a un contenido tecnológico que a un mejor entendimiento del mercado o de la propia organización para diseñar nuevos productos, relacionarse con los clientes, brindar un servicio con mayor eficiencia, y hasta movilizar las competencias de los empleados hacia los procesos del negocio (prácticas, capacidades y tiempos de respuesta).

Curiosamente, a juzgar por las razones expuestas a lo largo de este hilo argumental, no luciría del todo osado explicar la metodología de los consejos editoriales desde la estrategia de producción de conocimiento, sobre todo en su condición de unidades de asesoría temática a través de las cuales se recupera conocimiento en diversas áreas, se generan nuevas ideas, y se distribuyen posteriormente para ser plasmadas en noticias o trabajos periodísticos de mediano y largo aliento.

EL GRAN SALTO POR VENIR

Una organización constituye una constelación de datos que, puestos en contexto y mediados por la experiencia, derivan en cúmulos de información cuyo procesamiento, filtro y uso permiten la explota-

“

Curiosamente, a juzgar por las razones expuestas a lo largo de este hilo argumental, no luciría del todo osado explicar la metodología de los consejos editoriales desde la estrategia de producción de conocimiento, sobre todo en su condición de unidades de asesoría temática a través de las cuales se recupera conocimiento en diversas áreas, se generan nuevas ideas, y se distribuyen posteriormente para ser plasmadas en noticias o trabajos periodísticos

”

ción cooperativa de recursos de conocimiento.

Siguiendo este planteamiento, inapelable se hace la referencia a los activos intangibles y a la importancia adquirida por éstos por lo que concierne a la valoración de las empresas, sustentada en mucho sobre el precursor trabajo de investigación conducido por Leif Edvinson y Michael Malone para Skandia, plasmado en el libro *El Capital Intelectual* (1997).

De acuerdo con estos autores, dentro del capital intelectual cabe reconocer tres componentes, a saber:

- **Capital Humano:** alude al conocimiento (tácito y explícito), y en general a las habilidades y aptitudes detentadas y *recreadas* por las personas (aprendizaje), las cuales resultan de utilidad para la organización. Dada su naturaleza, este tipo de capital se encuentra fuera del dominio de propiedad de la empresa, por lo que sólo puede ser comprado o alquilado temporalmente.

- **Capital Estructural:** encarna el conocimiento explicitado, sistematizado e internalizado por la organización, del que depende su eficacia y eficiencia (soportes de información y comunicación, tecnología, procesos de trabajo y gestión, patentes). Le pertenece a la empresa, independientemente de que las personas la abandonen.

- **Capital Relacional:** corresponde al conocimiento obtenido a partir del conjunto de relaciones que la organización sostiene con agentes del entorno (en especial clientes, proveedores, aliados y competidores), integrado al mercadeo de productos y a las actividades de servicio.

Un paso adelante en la línea de este modelo lo representa el esquema de gestión del conocimiento propuesto por Ibarra (2006), desarrollado desde los presupuestos conceptuales de la comunicación organizacional, y a los efectos pertinente tratándose de su aplicación a la metodología de los consejos editoriales de *El Nacional* que ocupa el presente artículo.

Así las cosas, desde la perspectiva de Ibarra tiene lugar el recambio de dimensiones que se indica a continuación:

- El capital intelectual es equiparado con la noción de cultura organizacional, vale decir el *imaginario* construido a lo largo del tiempo sobre la base de las interacciones sociales que acontecen entre los miembros de la empresa, y entre éstos y su ambiente.

- El capital humano se asimila a los valores y al direccionamiento estratégico de la organización, en el entendido de alinear las competencias personales y colectivas de la plantilla de empleados a los objetivos y las necesidades de la empresa.

- El capital estructural se extrapola a la comunicación interna, léase el acervo de prácticas, modos y flujos de comunicación que se registran dentro de la organización, garantizando la consolidación del sentido de pertenencia de su recurso humano.

- El capital relacional se iguala a la comunicación externa, en concreto el manejo de relaciones con los públicos que se encuentran *puertas afuera* de la organización y demás *stakeholders*.

Atendiendo a lo antes expuesto, el ejercicio de superponer cada una de las categorías mencionadas por Ibarra al método de los consejos editoriales admite visualizarlos, al menos en principio, como una red articulada de conversaciones (comunicación interna) a través de las cuales fluyen corrientes de conocimiento compartido (competencias), y en la que los integrantes colaboran conforme un rol establecido que les inserta en la dinámica corporativa de *El Nacional* (cultura).

Ciertamente, cada consejo editorial tiene su propio estilo dada la naturaleza del núcleo temático que les toca abordar.

Aparte, su tiempo cronológico les imprime un grado de madurez distinto. No obstante, sin excepción, los participantes (consejeros) se ubican dentro de un marco vinculante y mutuamente aceptado sobre el que se asienta un nexo identitario.

Se trata de un proceso de acoplamiento de grupo para que el diálogo funcione y los aportes fluyan, para que haya un hilo conductor a partir del cual llevar la discusión y tomar lo relevante desde el punto de vista periodístico.

Empero, las relaciones no pueden reducirse a meras acciones de contacto con los consejeros (comunicación externa); por el contrario, han de convertirse en la estrategia del periódico a largo plazo (capital relacional), lo que implica trascender el estricto enfoque del proceso de comunicación según el cual uno da (el emisor) y el otro recibe (receptor), para avanzar hacia una sinergia plena que decante en ventaja competitiva de la organización.

No en balde, Nonaka, Tomaya y Kono (2000, pp. 5-34) encuentran en las alianzas y la colaboración con proveedores y clientes una base para el intercambio de conocimiento tácito, justamente el más difícil de identificar, codificar, procesar y distribuir toda vez que se compone de ideas, costumbres y destrezas acumuladas por un individuo merced el valor añadido de un *background* personal. (Otter, 2003).

De allí la relevancia que comporta el esfuerzo por instituir en una segunda fase a los consejos editoriales de *El Nacional* en una suerte de comunidades de práctica o grupos abiertos a la cooperación, habida cuenta de que todos sus miembros forman parte de una experiencia conjunta.

Ello facilita la transmisión del conocimiento tácito de quienes lo poseen (consejeros) a quienes quieren acceder a él (jefes de información de las secciones y periodistas), sirviéndose del mecanismo de las reuniones quincenales *in situ*, lo mismo que del directorio para localizar al experto en un área determinada (potencial proveedor de conocimiento), en el momento requerido en función de la noticia (por teléfono o vía e-mail). (Welicki, 2003).

De esta manera, el conocimiento incrustado en sus orígenes en la esfera privada es puesto voluntariamente al servicio común por los consejeros, pasando a formar parte de la esfera organizacional de *El Nacional* con incidencia directa sobre la implementación de estrategias innovadoras a la hora de acuñar un valor diferencial en su oferta informativa (productos o servicios).

En este orden, se impone un sistema de comunicación amplio y participativo en el

“

Pero arribar a un estadio superior de los consejos editoriales exige, además, expandir el alcance de la comunicación echando mano de infraestructuras tecnológicas en pos de incrementar las posibilidades de interacción y sinergia dentro de los grupos, entre los grupos, y entre éstos y la organización.

”

que la motivación a los integrantes (que transita ineludiblemente por la capacidad de respuesta editorial y la ejecución de los acuerdos), reviste la mayor importancia para la evolución de la comunidad de conocimiento.

Ateniéndose en particular al citado aspecto de la consolidación del sentido de *comunidad*, y a la luz de la postura esgrimida por la autora Irene Martín (2006) por lo que respecta a la gestión organizacional del conocimiento, las minutas/reportes de las reuniones de los consejos editoriales adquieren un carácter estelar.

A no dudar, se convierten en el soporte para la recolección, la documentación y la acumulación de las experiencias de trabajo, y en consecuencia para la eventual recuperación y reutilización de la información allí contenida en el momento adecuado y para la persona que así lo demande (consejeros, periodistas o funcionarios de otras dependencias del rotativo).

En últimas, las minutas/reportes de los encuentros sostenidos por cada uno de los equipos habilitan el registro corporativo de las soluciones (lineamientos), amén del aprovechamiento de éstas por parte de la empresa, transformándolas en conocimientos estructurados por medio del análisis y la retroalimentación.

Lo enunciado hasta acá remite a un sistema de aprendizaje organizacional auto-

generado que permite al periodista alinear la capacidad asociativa y la capacidad creativa para el abordaje y el manejo de la noticia tomando en consideración tres ejes:

- Cómo vincularse con la memoria del periódico (saber de qué dispone el periódico y qué ha venido produciendo en el tiempo).
- Cómo vincularse con otros temas (transversalidad).
- Cómo vincularse con la complejidad de los problemas de la realidad y del contexto (experticia).

Pero arribar a un estadio superior de los consejos editoriales exige, además, expandir el alcance de la comunicación echando mano de infraestructuras tecnológicas en pos de incrementar las posibilidades de interacción y sinergia dentro de los grupos, entre los grupos, y entre éstos y la organización. Ha de apuntarse, entonces, hacia el diseño de entornos de trabajo virtual que apoyen las labores de compartir y difundir de forma rápida el conocimiento que se genera en cada uno de los equipos. (InWEnt, 2005).

La implantación de un modelo con estas características se orientaría a conectar a los distintos integrantes de los consejos editoriales con la red de periodistas, los jefes de información de las secciones y la mesa de redacción (gerencia editorial, jefe de apertura, jefe de cierre y jefe de fin de semana), a través de un *mercado de conocimiento* en el que sus usuarios puedan hallar respuestas a sus dudas rápida y eficientemente.

Esta especie de *repositorio* habrá de nutrirse con los siguientes materiales:

- Directorio con información de contacto (números telefónicos y correos electrónicos) tanto de los consejeros editoriales como del staff de redacción del periódico. Se añadirá la especificación de las áreas de competencia por persona (para los consejeros, su especialidad; para los periodistas, las secciones o fuentes que cubren).
- Documentos generados con base en las experiencias recabadas a lo largo de las diferentes sesiones y actividades (lecciones aprendidas y prácticas recomendadas), las cuales sirven de guía para la actuación y la planificación futuras.
- Calendario de actividades y tareas.
- Foros comunes y públicos.
- Links a páginas existentes en la web con información complementaria.

No obstante, fuera de las bondades de los instrumentos técnicos, la gerencia del proceso de comunicación *cara a cara* tiene una importancia singular dentro de la metodología de los consejos editoriales. Al fin y al cabo, su esencia reside en intercambiar informaciones, compartir opiniones y sobre todo construir relaciones entre individuos. Por ende, fundamental se hace reconocer la incidencia del personal de contacto (receptividad y trato dispensado por los jefes de información y los periodistas a los consejeros), en la definición del *output*.

En este marco, conseguir el total involucramiento de los miembros de la redacción en la iniciativa de los consejos editoriales se aviene indispensable para alcanzar resultados óptimos; de lo contrario, éstos se revelarían inútiles tras carecer del sustento que significa la participación de aquellos que ejecutan lo que se sugiere hacer desde el punto de vista editorial (foco de cliente interno). (Ramírez, 2001).

Semejante *desideratum* supone apuntalar condiciones previas a la instalación de un sistema de generación de conocimiento organizacional, en buena medida relacionadas con la apertura a la flexibilidad, el cambio y la innovación.

INTEGRANDO VISIONES

Cada consejo editorial tiene su encanto y su acento. Supone un aprendizaje único por la cantidad y la calidad de la información que en ellos aflora como conjunto (temas, primicias, tendencias). Y también por la oportunidad que significa conocer y alternar con personas relacionadas con los más diversos sectores de la vida del país: algunos especialistas y académicos, otros dotados de un extraordinario sentido común y una sensibilidad para conectar con el lector como condición *sine quanon*.

Por la mesa de los consejos editoriales desfila una amplia variedad de datos y pistas para el procesamiento periodístico y el seguimiento correspondiente. De allí que entre los retos de cara al año 2009 figure el afinar los mecanismos internos de *El Nacional* para aprovechar todavía más los aportes, las ideas y las sugerencias venidos desde la esfera ciudadana, para que éstos se difundan por toda la cadena: arriba, en la mesa de redacción, y abajo, en los cubículos de los reporteros, pudiendo permear inclusive hasta el área comercial y de mercadeo.

De hecho, numerosos han sido los mecanismos de participación ciudadana tomados en cuenta desde hace mucho por los medios para definir sus políticas informa-

“

Para El Nacional el camino se hace más corto después de dos años de recorrido. En lo inmediato, cuenta con dos elementos preciados: el compromiso y la disposición de los consejeros editoriales. Frente al futuro, tiene en sus manos un poderosa herramienta de contenidos con la ventaja de un know-how propio que ha ido desarrollando progresivamente

”

tivas, ya se trate de estudios de mercado, encuestas, grupos focales y encuentros con grupos de lectores (suscriptores, distribuidores, voceadores y articulistas). El meollo estriba en aplicarlos sistemáticamente, y sobre todo en llevar a la práctica sus recomendaciones.

En este orden, la organización de los consejos editoriales entraña una inversión en términos de recursos, tiempo y esfuerzo. La utilidad de estos grupos asesores debe ser concienciada desde el punto de vista del incremento de la inteligencia corporativa de *El Nacional*, toda vez que esta suerte de *mercado de conocimiento* permite que un periodista disponga de las experiencias de toda la red a la que pertenece y, en tal sentido, le aporta un valor agregado a la noticia.

Vistos así, valdría la pena aumentar su visibilidad ante la colectividad en general, y más aún apalancar su relación con públicos internos (suscriptores del periódico), y externos (comunidades y movimientos de base).

Igual relevancia comporta el reforzar la sinergia entre los equipos, consolidando a los consejos editoriales, inclusive, como instancia para la generación de conocimiento mediante el desarrollo de espacios virtuales de colaboración.

Sin embargo, antes que plantear una discusión sobre la pertinencia de asentar o

no una plataforma tecnológica que permita la circulación de las corrientes de información y conocimiento, subyace en estas líneas la intención de exponer las bondades que reporta al modelo de los consejos editoriales un sistema de comunicación organizacional.

En este apartado se pone de relieve la importancia de los esfuerzos en pro de la evaluación continua de los procesos orientados a la optimización del contenido, la forma y los alcances de la dinámica comunicacional de los consejos editoriales (auditorías internas basadas en indicadores de satisfacción de las necesidades y expectativas de los usuarios/clientes).

En últimas, los consejos editoriales son una metodología en construcción, susceptible de perfeccionarse y replicarse en Venezuela, tal como ya lo ha hecho el diario *El Tiempo* de Puerto La Cruz (Estado Anzoátegui), que echó a andar su consejo de lectores el 25 de noviembre de 2006, casi en simultáneo a *El Nacional*, con un total de 10 participantes, una reunión cada 30 días y rotación semestral.

Para *El Nacional* el camino se hace más corto después de dos años de recorrido. En lo inmediato, cuenta con dos elementos preciados: el compromiso y la disposición de los consejeros editoriales. Frente al futuro, tiene en sus manos una poderosa herramienta de contenidos con la ventaja de un *know-how* propio que ha ido desarrollando progresivamente.

■ **Agrivalca R. Canelón S.**
**Comunicadora Social (UCAB).
 Magíster en Comunicación
 Organizacional (UCAB). Profesora
 de la UCAB. Coordinadora de
 Consejos Editoriales del diario
 El Nacional y miembro del Consejo
 de Redacción de la revista
 Comunicación.**

Referencias

- AMADO, A. (2005): “¿Quién le teme al Ombudsman? (O por qué la prensa argentina no tiene quien la defienda)”. En: *Derecho Comparado de la Información*, (5), 3-20. Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/decoin/cont/5/art/art1.pdf>
- ARRESE, A. (2006): “Reflexiones sobre el buen gobierno corporativo en las empresas periodísticas”. En: *Doxa Comunicación: Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (4), 59-82. Disponible en: <http://www.uspceu.com/usp/doxa/doxaIV/reflexiones.pdf>
- CASTILLO, L. (2008, agosto): “Un total de 13 grupos, integrados por 175 personas, asesoran a los periodistas”. En: *elnacional.com*. Disponible en: www.el-nacional.com
- CHILLIDA, G. (2007, marzo): “La Comunicación Organizacional: Clave para la Gestión del Conocimiento Eficiente”. En: *Razón y Palabra*. [Revista electrónica], (55). Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n55/gchillida.html>
- “Debatieron sobre los desafíos del periodismo”. (2005, julio). En: *lanacion.com.ar*. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=719491
- DOMÍNGUEZ, E. (2008, marzo): “Tras los consejos de lectores”. En: *Lavanguardia.es*. Disponible en: http://www.lavanguardia.es/1v24h/20080318/imp_53445717214.html
- “Dos grandes en Caracas” (2006, julio): En: *Producto*, 22, (272), 94-95.
- EDVINSSON, L., y MALONE, M. (1997): *El Capital Intelectual*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
- El gobierno corporativo de los medios. (2005, febrero). Perspectivas del mundo de la comunicación. [Revista electrónica], (26), 6-8. Universidad de Navarra. Facultad de Comunicación. Disponible en: <http://www.unav.es/fcom/perspectivas/pdf/persp26.pdf>
- “El Nuevo Diario en constante evolución”. (2006, abril). En: *elnuevodiario.com.ni*. Disponible en: <http://impreso.elnuevodiario.com.ni/2006/04/08/nacionales/16889>
- “El Tiempo puso en marcha su Consejo de Lectores”. (2006, noviembre). En: *eltiempo.com.ve*. Disponible en: <http://www.eltiempo.com.ve/noticias/default.asp?id=93981>
- GARCÍA, J. (2006): “Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes”. En: *Zer*, revista de estudios de comunicación, (21), 203-217. Disponible en: http://www.ehu.es/zer/zer21/zer21_16_madariaga.pdf
- GUTIÉRREZ, C. (2003): *Gestión del Conocimiento y Comunicación en las Organizaciones*. Disponible en: www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.DescargaArticuloIU.descarga&tipo=PDF&art...
- IBARRA, M. (2006, junio): “De la comunicación organizacional al modelo de la economía del conocimiento”. En: *UNRevista [Revista electrónica]*, (3). Disponible en: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNRev_Ibarra.PDF
- “Invitan a Consejo de Lectores de Negocios” (2008, febrero). En: *prensalibre.com*. Disponible en: <http://www.prensalibre.com.gt/pl/2008/febrero/14/220364.html>
- InWEnt. (2005, abril): *Gestión del cambio y la innovación: un reto de las organizaciones modernas*. InWEnt – Capacity Building International, Germany. Cooperación Tecnológica, Desarrollo de Sistemas y Gestión de la Formación Profesional. Disponible en: http://www.inwent.org/imperia/md/content/bereich4-intranet/abteilung4-01/15.2_gestion_del_cambio.pdf
- MARTÍN, I. (2006): “Retos de la comunicación corporativa en la Sociedad del Conocimiento: de la gestión de información a la creación de conocimiento organizacional”. En: *Revista Signo y pensamiento*. (51), 52-67. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86005106&iCveNum=9239>
- “Medios: la información es un bien público”. (2005, abril). En: *lanacion.com.ar*. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=698283
- MESO, K. (2005, junio): “Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística”. En: *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui*, (90), 4-13. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/90/meso90.htm>
- NONAKA, I., TOMAYA, R., y CONO, N. (2000). “SECI Ba and Leadership: a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation”. En: *Long Range Planning* 33, (1), 5-34.
- NOSNIK, A. (2002, marzo): “De las fuentes egoístas a comunidades de inteligencia comunicativa. Exploraciones sobre el universo conceptual de la comunicación humana”. En: *Razón y Palabra*. [Revista electrónica], (25). Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n25/anosnik.html>
- OTTER, T. (2003): *Gestión del Conocimiento. Conceptos, Ideas, Herramientas. Formación de Periodistas. Gestión del Conocimiento*. Konrad Adenauer Stiftung. Programa Medios de Comunicación y Democracia en América Latina. Disponible en: <http://www.medioslatinos.com/modules/wfdownloads/singlefile.php?cid=1&lid=59>
- PARRA, J. (2005): “Consejo de Lectores”. En: *El Mercurio*. Santiago de Chile.
- RAMÍREZ, J. (2001): “La relación comunicación interpersonal/calidad/satisfacción del cliente”. En: Uch RRHH. Portal de estudiantes de RR.HH. Disponible en: <http://mkturl.tripod.com/MKT/rel/re14.pdf>
- SALINAS, R. (2007, julio): “Novedad y superficialidad”. En: *elnuevodiario.com.ni*. Disponible en: <http://impreso.elnuevodiario.com.ni/2007/07/30/politica/54997>
- SANTOYO, M. (2006): “Perspectivas del periodismo local frente a la globalización: Exploran periódicos y periodistas nuevas formas de pervivencia en la mundialización informativa”. En: *Razón y Palabra*. [Revista electrónica], (49). Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n49/bienal/Mesa%201/Mirna%20Leticia%20Santoyo%20P%20LOCAL.pdf>
- SELEVERRÍA, R. (2008, enero): “*La Vanguardia.es* crea un Consejo de internautas”. Disponible en: http://e-periodistas.blogspot.com/2008_01_01_e-periodistas_archive.html
- SOCORRO, M. (2007, marzo): “Los rostros detrás del cambio”. En: *El Nacional*, 6.
- “‘Tiempo’ crea un Consejo de Lectores sin vinculación con la editora” (2006, febrero). En: *elmundo.es*. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2006/02/26/comunicacion/1140951220.html>
- VARGAS, Y. (2006, diciembre): “El rediseño o cómo se repensó la comunicación escrita”. En: *Nuestras Impresiones*, (9), pp. 8-9.
- WELICKI, L. (2003, mayo): *La gestión del conocimiento en las empresas de servicios de consultoría informática*. II Congreso Internacional de la Sociedad de la Información y el Conocimiento - CISIC 2003 (Madrid, España). Disponible en: <http://www26.brinkster.com/lwelicki/articles/CISIC2.pdf>
- WITT, L., y SEOANE, F. (2005, septiembre): “Periodismo del Futuro”. En: *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui*, (91), 28-35. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/pdf/chasqui9.pdf>

La institucionalidad del país pugna por restablecerse luego de 12 años de crisis



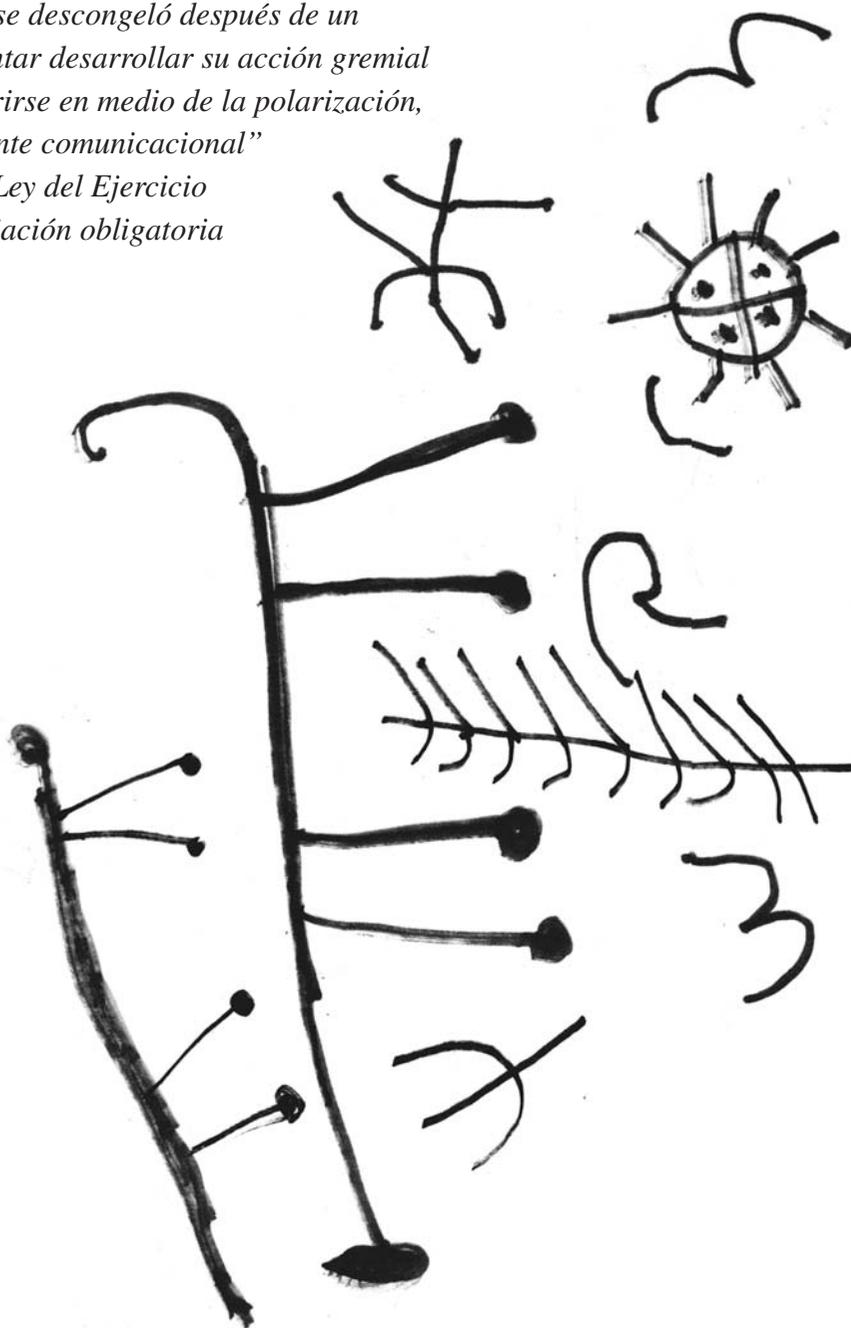
El gremio que vino del frío

El Colegio Nacional de Periodistas se descongeló después de un largo período de silencio, para intentar desarrollar su acción gremial de cara a un país que pugna por abrirse en medio de la polarización, ante la “amenaza de una constituyente comunicacional” y los rumores de una reforma de la Ley del Ejercicio del Periodismo que elimine la colegiación obligatoria

■ Carlos Delgado-Flores

Doce años después de la última Convención Nacional, la XII, celebrada en San Cristóbal, estado Táchira, el Colegio Nacional de Periodistas logró congregarse a 130 de 136 delegados, entre electos y natos, para la XIII, realizada en Caracas, los pasados 8 y 9 de agosto, en los espacios de la Conferencia Episcopal Venezolana. Convocada en tiempo record (15 días), le tocó a esta reunión de la máxima autoridad del gremio periodístico cerrar la brecha del tiempo y poner al día un conjunto de materias indispensables para proseguir con lo que fue la voz común de las pasadas elecciones: un gremio para todos, deslindado de la polarización.

Se trata de un hecho crucial, no hay duda; pero hay que contextualizarlo, para buscar elementos que permitan comprenderlo a cabalidad. La historia reciente del gremio periodístico ocurre en un contexto de polarización política nacional, de profunda y continuada desinstitucionalización del espacio público, de pérdida de gobernabilidad democrática, subsidiario a su manera de la crisis de legitimidad que el sistema democrático presenta en toda la región.



Estos procesos se enuncian sólo a título referencial, pues exceden el alcance de este texto que intenta ubicarse en una doble perspectiva –cronológica y política– para intentar comprender aquello que se reseña: las implicaciones que este cambio en la institucionalidad del gremio periodístico tiene para el presente –y quizás para el futuro inmediato– de la comunicación social en Venezuela.

HEGEMONÍAS ENFRENTADAS EN LA POLARIZACIÓN

Desde 1996 hasta el presente el orden político del país ha derivado, de una profunda crisis de representatividad del estamento político surgido en el contexto del pacto de gobernabilidad de 1958, al conflicto frente a una hegemonía autoritaria que busca implantar un proyecto político que luce a contrapelo de la formulación del proyecto histórico nacional. Según sean las claves interpretativas que se manejen, la polarización política puede verse como el enfrentamiento entre dos hegemonías –la de la clase dominante anterior y la de quienes la desplazan, *ancien regimen* versus *nouveau regimen*– o como la colisión de dos visiones de mundo, una moderna y otra transmoderna (que conjuga la modernidad con una gramática desplazada hacia otro lugar). Un matiz de este argumento consistiría en que esta colisión ocurre entre hegemonías ideológicas antes que entre colectivos socioculturalmente definidos por sus prácticas y que la reivindicación de la subalternidad (esto es, el conjunto de las manifestaciones del pensamiento postcolonial) se hegemoniza en las prácticas políticas frente a una modernidad denunciada como modernización.¹

Ambas fuerzas en conflicto –el chavismo en lo que constituye hegemonía estructural e ideológica nucleada en torno a la figura carismática del Presidente de la República y la oposición como hegemonía desplazada– han generado una polarización política nacional con ramificaciones globales, que les ha permitido resignificarse como élites en disputa por el poder, apelando a claves argumentativas *épicas*: la libertad contra la tiranía, la civilización contra la barbarie, la modernidad contra el atavismo, la democracia contra el comunismo... En el contexto general del conflicto, el complejo general de la producción social de comunicación también se ha dispuesto en pares polares: el sector oficial y el denominado sector alternativo y comunitario (reunido en la Asociación de Medios Nacionales Comunitarios, Libres

“

Varios fueron los factores que confluyeron en el sostenimiento de este vacío institucional. A la imposibilidad legal de convocar elecciones se sumó el agotamiento de una directiva inicialmente elegida para dos años en cada una de las seccionales del país y en la representación nacional y ello congeló a lo interno del gremio la polarización

”

y Alternativos –AMNCLA– núcleo de un posible cuerpo gremial aún no estructurado) en el bando del chavismo; buena parte de los medios de comunicación privados tradicionales en el bando de la oposición, y otra parte de estos medios en situación de indefinición. Esta distribución también podría seguirse para la blogosfera venezolana, con el agregado de la existencia de medios enfocados en la idea de abrir el espacio político hacia una tercera opción en la polarización.

La polarización rindió sus frutos a lo largo de este período: la desinstitucionalización del Estado comenzó con la supraconstitucionalidad establecida por el Congresillo que sucedió a la Asamblea Nacional Constituyente de 1999, la cual contempló, entre otros aspectos, la designación provisoria de jueces, la elección a dedo de los integrantes del denominado Consejo Moral Republicano (Fiscalía, Contraloría y Defensoría del pueblo), la designación a dedo de los rectores del Consejo Nacional Electoral y la prohibición de elecciones en gremios y sindicatos hasta tanto lo autorizara el poder electoral, cosa que hizo a finales de 2006, cuando se convocaron las elecciones en el Colegio de Ingenieros y en la Asociación de Profesores de la Universidad Central de Venezuela, con el antecedente notorio de las elecciones del Sindicato Petrolero, donde

resultó electo Carlos Ortega, líder del Paro Petrolero de 2002-2003.

En el ínterin de la supraconstitucionalidad comenzaron las diatribas públicas entre el gobierno y los medios de comunicación, pero también las críticas, intimidaciones y descalificaciones de los periodistas por parte de los poderes públicos y los personeros de los partidos afiliados a la causa del chavismo. Se extendieron y agravaron a lo largo de la primera administración Chávez sin que hubiera gremio capaz de responder por los profesionales.

SILENCIOS QUE ATURDEN

Varios fueron los factores que confluyeron en el sostenimiento de este vacío institucional. A la imposibilidad legal de convocar elecciones se sumó el agotamiento de una directiva inicialmente elegida para dos años en cada una de las seccionales del país y en la representación nacional y ello congeló a lo interno del gremio la polarización. Las instituciones gremiales sufrieron el deterioro de la crisis de liderazgo, ocurrida en el contexto del avance de la hegemonía oficialista. Se exigía la aplicación de la sentencia 1.492 del Tribunal Supremo de Justicia que reitera la colegiación obligatoria consagrada en la Ley del Ejercicio del Periodismo, pero en la práctica no tenía el gremio mecanismos institucionales para velar el cumplimiento de esta medida, como no hubo acatamiento ni por parte de los medios ni por parte del gobierno, ni por el tercer sector de esta obligación. Varias generaciones de comunicadores sociales egresaron de las cada vez más numerosas escuelas de comunicación social del país, sin inscribirse en el Colegio y así llegamos a la desproporción presente: cerca de 47 mil alumnos de Comunicación Social en el país, y sólo hay poco más de 16 mil periodistas inscritos en un colegio que ha mermado su capacidad de representación profesional.

No hubo, pues, pronunciamiento alguno del Colegio frente a situaciones tan escandalosas como las que motivaron a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos a exigir la implementación de medidas cautelares para preservar la integridad física y el derecho al trabajo de periodistas que laboran en medios de comunicación social identificados con la (o como de) oposición; como tampoco hubo pronunciamiento frente a la decisión política del chavismo de demonizar cualquier disidencia de la opinión oficial, amplio rasero por el cual también se decidió el silencio de las fuentes oficiales de un Estado conculca-

do por una minoría, lesionando el derecho social a la información. No hubo manifestación institucional frente a episodios de apartheid político como los ocurridos en torno a la aplicación de la lista *Tascón* o la lista *Maisanta* para la contratación de personal, o como la obligación de inscribirse en el Partido Socialista Unido de Venezuela. No hubo pase a tribunal disciplinario de los periodistas en funciones de Estado que se hicieron de la vista gorda –cuando no las suscribieron y auparon– de estas situaciones, lesionando el espíritu de cuerpo del gremio, en parte porque hay un vacío en el código de ética del periodista ante estas situaciones, con lo cual se fomenta una lectura restrictiva de la ética periodística, enfocándola sólo en sus aspectos deontológicos. Pero tampoco hubo denuncias ante el tribunal de los excesos en la parcialización política opositora que también van en detrimento del derecho de la ciudadanía. El periodismo se retrotrajo a prácticas que ya habían sido superadas, a reproducir episodios de prensa partisana como no se veían desde el siglo XIX, con lo cual la contribución del gremio a la construcción de gobernabilidad democrática fue escasa, si no nula, reforzando la polarización.

“POR TODO EL MEDIO, POR TODO EL GREMIO”

Los acontecimientos del 2 de diciembre de 2007, el triunfo del No, pero principalmente, el comportamiento singular de la abstención parecieron abrir un escenario diferente para el conflicto político nacional, no tanto por las implicaciones políticas que tuvo (tiene) para el chavismo la improbación de la reforma constitucional, sino por la posibilidad de que a partir de esta etapa el conflicto comience a despolarizarse, abriendo la posibilidad de una tercera opción política que supere –acaso dialécticamente– la coyuntura.²

A partir de esta lectura, surgió a lo interno del gremio una opción política intermedia entre los liderazgos tradicionales y los afiliados al chavismo, bajo la consigna dual: “por todo el medio, por todo el gremio, periodistas somos todos”, que de manera concertada y en red, coordinó diferentes opciones candidaturales y se lanzó con una plancha única, frente a liderazgos ya reconocidos, obteniendo una importante votación. El chavismo no participó en el proceso electoral, haciendo pública su posición de que en lugar de elecciones, era necesaria una constituyente comunicacional que refundara el gremio en la perspectiva general de los cambios, proceso del

“

Cabe acotar, al final, que la recuperación de la institucionalidad del Colegio, en la perspectiva de la despolarización apunta hacia la creación de alternativas políticas a la crisis presente, abiertas hacia el futuro inmediato, más allá de las coyunturas electorales

”

cual se ha venido hablando desde 1999 sin que se realizara, por falta de afiliación política a esa causa por parte de las bases gremiales.

La Convención Nacional, convocada de urgencia y reunida en Caracas, conoció las materias propuestas por la nueva directiva y formuló las decisiones esperadas para proceder a actualizar buena parte de las materias pendientes, congeladas en el tiempo. Se señalan, entre otras, las siguientes resoluciones:

- Declarar en reestructuración el Colegio y sus principales instituciones: las seccionales, la dirección nacional, el Instituto de Previsión Social del Periodista y el Instituto de Mejoramiento Profesional del Periodista, este último a disolverse para dar paso a una instancia académico investigativa que restablezca la autoridad del gremio, con base en el saber generado por la investigación académica asociada a las prácticas profesionales.

- Generar un tabulador nacional de sueldos para dar cumplimiento a la resolución número 5 de la XII Convención Nacional celebrada en San Cristóbal, la cual establece un salario mínimo para el periodista equivalente a cinco salarios mínimos.

- Realizar un censo nacional para determinar la situación socioeconómica del

gremio, para establecer la base de recaudación del fondo de jubilaciones.

- Unificar las políticas de contratación de pólizas de seguro de hospitalización, cirugía y maternidad, para negociar un solo servicio a escala nacional, con mejores condiciones de contratación.

- Crear una veeduría de derechos humanos en cada seccional del Colegio.

- Fortalecer la condición de consultor jurídico del gremio del Tribunal Disciplinario, abandonada en su oportunidad.

- Aprobar el Manifiesto de los Comunicadores Sociales de Venezuela (ver recuadro), como el principio de una serie de pronunciamientos sistemáticos que actualicen la opinión gremial de cara al país.

Cabe acotar, al final, que la recuperación de la institucionalidad del Colegio, en la perspectiva de la despolarización apunta hacia la creación de alternativas políticas a la crisis presente, abiertas hacia el futuro inmediato, más allá de las coyunturas electorales. En paralelo al proceso vivido por el Colegio, el gremio médico del área metropolitana de Caracas desarrolló una estrategia basada en la autoridad científica: las sociedades médicas de hospitales y ambulatorios se constituyeron en Asociación Metropolitana, desconociendo los dictados de un Colegio viciado de ilegitimidad, sobre todo a partir de sus actuaciones frente al desconocimiento de la Ley del Ejercicio de la Medicina que está implicado en el desarrollo del programa social Misión Barrio Adentro I y II.

El CNP aspira a avanzar en medio de la polarización, para establecer contacto con otras instituciones de carácter corporativo y contribuir a recuperar la institucionalidad democrática, deteriorada por la confrontación de los bandos hegemónicos. Que haya suerte.

MANIFIESTO DE LOS COMUNICADORES SOCIALES DE VENEZUELA

Venezuela vive hoy una compleja situación de crisis en lo político, jurídico, social y económico que socava las bases de nuestra democracia. El tejido social del país está fracturado: un gobierno con legitimidad en las urnas está usando el mandato popular conferido en las elecciones de diciembre de 2006 para vulnerar derechos ciudadanos que posibiliten el acuerdo en torno a la letra de la Constitución. En Venezuela una porción del país le quiere imponer a la otra su proyecto político haciendo un uso elástico de la legalidad. A punta de decretos y concentrando progresivamente poder, se viene conformando un cerco legal que vulnera lo fundamental de derechos democráticos de los ciudadanos.

El comunicador social, como actor de esa realidad, se ve afectado en el desempeño de sus funciones. Hoy en día no cuenta con el ambiente idóneo, ni la seguridad física ni jurídica que le permita ejercer cabalmente su profesión. De acuerdo con lo que establece la Ley de Ejercicio del Periodista en su Artículo 34, un comunicador en democracia debe: "Ajustar su actuación a los principios de la ética profesional y a la defensa de los derechos humanos, de la paz entre los pueblos, de la libertad de expresión al servicio de la verdad y la pluralidad de las informaciones".

Hoy más que nunca la sociedad venezolana demanda un periodismo combativo, íntegro, apegado a la verdad, sin concesiones. Comprometido con la defensa de la democracia y la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Los comunicadores sociales venezolanos tomamos la palabra para denunciar que:

Por mandato constitucional el Estado tiene la obligación de no excluir a ningún ciudadano. Por lo tanto, las instituciones públicas no pueden estar al servicio de parcialidades partidistas, como ocurre actualmente con el uso, continuo y permanente, de los recursos y medios oficiales con fines proselitistas. Denunciamos que estas acciones constituyen una política de gobierno, clara y definida, dirigida a privilegiar a sus seguidores y a excluir a todo aquel que se manifieste en contra. Esto constituye una acción discriminatoria y una forma de censura oficial que atentan contra la plena libertad de expresión y de información de la sociedad venezolana.

Las leyes tienen como fin último la aplicación de justicia. En el caso venezolano, la

Ley Orgánica de Telecomunicaciones, La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión; el Código Penal y el Código Procesal Penal son utilizados por el gobierno con fines políticos. A través de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones el gobierno abusa de la transmisión de cadenas nacionales por radio y televisión, práctica ésta que violenta el equilibrio informativo e impone la censura sistemática. La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión es aplicada en forma discriminatoria, punitiva y selectiva contra medios privados pero de manera benevolente con aquellos medios bajo el control gubernamental. Rechazamos en forma contundente esta práctica. Igualmente exigimos la revisión de los Artículos 223 y 226 del Código Procesal Penal actual que califican como delito al vilipendio, tal y como fue ratificado por el Tribunal Supremo de Justicia en la Sentencia 1.942, decisión esta que contraría las recomendaciones de la Comisión Interamericana de los Derechos Humanos de la OEA.

Rechazamos igualmente el conjunto de leyes aprobadas por vía habilitante porque desconoce la Constitución y el Estado de Derecho porque fueron aprobadas a espaldas del país, sin consultarlo, y porque incluyen normas que ya habían sido rechazadas por el colectivo venezolano en el referéndum del 2 de diciembre del 2007. Esta decisión del gobierno vulnera la voluntad del soberano.

En las difíciles circunstancias que vive la nación exigimos que:

El respeto, como principio básico de la democracia, sea el fundamento de la relación entre periodistas y autoridades. En consecuencia, rechazamos toda campaña de maltrato y difamación con la cual se pretende amedrentarnos e invalidar el ejercicio legítimo de nuestro trabajo y su función social que garantizan al ciudadano su derecho a estar informado. Por ello exigimos a los funcionarios agentes del Estado y a los directivos de medios privados el cumplimiento de lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y en la Ley de Ejercicio del Periodista, en cuanto a respetar el derecho de los venezolanos de estar informados y a expresarse libremente.

Exigimos el fin del silencio informativo, venga de donde venga y rechazamos el hermetismo y ocultamiento deliberado de la información pública. Se impone terminar con el régimen del apartheid en el que se privile-

gia a los periodistas de medios oficiales y oficialistas en la cobertura de eventos de carácter gubernamental y se excluye a aquellos que trabajan para otros medios.

Instamos igualmente al sector privado a establecer políticas de transparencia informativa y de coherencia en sus postulados organizacionales. Los periodistas no tienen porque verse afectados por las decisiones editoriales de turno y los intereses del medio que afecten su independencia profesional.

Hacemos un claro y contundente llamado a poner fin a la violencia en todas sus expresiones, casi siempre auspiciada de forma evidente desde las más altas esferas del poder. El marco descrito afecta terriblemente al país en el aspecto político, social jurídico y que se refleja en la inseguridad ciudadana.

Exigimos el respeto al derecho a la vida y rendimos un homenaje a todos aquellos periodistas caídos durante el ejercicio de la profesión, víctimas de la violencia generalizada e inseguridad social que vive el país.

Los que abajo firmamos, Periodistas somos todos.

XIII Convención Nacional del Colegio Nacional de Periodistas, reunida en Caracas los días 8 y 9 de agosto de 2008

Carlos Delgado-Flores
Comunicador Social (UCV),
candidato a Magíster en
Comunicación para el Desarrollo
Social (UCAB), profesor en esa
casa de estudios. Miembro del
Consejo de Redacción de la revista
Comunicación.

Referencias

DELGADO-FLORES, C. (2007): "Tres problemas para una sociología venezolana del gusto". En: *Comunicación, estudios venezolanos de comunicación*, número 138. Caracas: Centro Gumilla.

_____ (2008): "una lectura estética del 2-D". En: *Comunicación, estudios venezolanos de comunicación*, número 141. Caracas, Centro Gumilla.

Notas

- 1 Sobre este particular ver Delgado-Flores (2007).
- 2 Sobre este particular ver Delgado-Flores (2008).

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

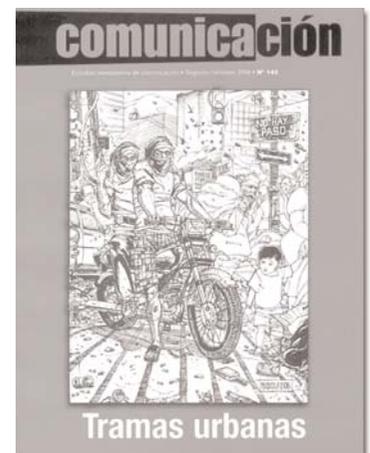
- Para libros con dos autores:
Apellido del primer autor en mayúsculas, nombre del primer autor en altas y bajas y Apellido del segundo autor en mayúsculas, nombre del segundo autor en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora
Ejemplo
MONCLÚS, Antonio y SABÁN Carmen (1997): *La 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, Nº 4, pp. 47-51.





Nivel de consonancia existente en tres medios periodísticos latinoamericanos sobre la liberación de Ingrid Betancourt

El sentido fundamental de este texto es analizar tres diarios de tres países latinoamericanos sobre el hecho de la liberación de Ingrid Betancourt. Se escogieron diarios de alcance nacional en los países seleccionados: Venezuela, Colombia y Argentina. Se trató de un análisis comparativo acerca del tratamiento informativo y se midió el nivel de consonancia en la información expuesta

■ Kellvin Aponte/Andrea Pérez /Angélica Velazco

INTRODUCCIÓN

La investigación analiza tres periódicos, correspondientes a tres países latinoamericanos como son Venezuela, Colombia y Argentina, en torno a la temática específica de la liberación de Ingrid Betancourt.

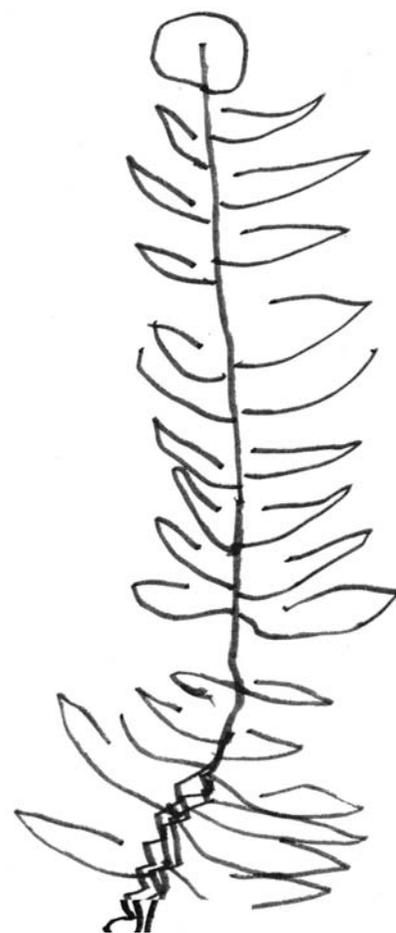
El propósito que se persigue es estudiar el enfoque que le da cada diario a este hecho, evaluando la visión que tiene cada país respecto del tema. Evidentemente, se reconoce que en cada país el grado de impacto varía de acuerdo con el involucramiento que éstos han tenido o no con el conflicto bélico generado por las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC).

La selección de los países se realizó de acuerdo a la temática escogida. Por un lado, Colombia era imprescindible, pues es la nación que por más de 40 años ha sido directamente afectada por las FARC. El conflicto que se ha mantenido durante más de cuatro décadas ha perjudicado la vida política y social de este país, afectando a

políticos y campesinos que han sufrido las consecuencias más inmediatas.

Asimismo, la estrategia fundamental de este movimiento armado es el secuestro de políticos con el objetivo de mantenerlos como rehenes para lograr así ciertos propósitos, negociando con el gobierno determinadas ventajas políticas y/o militares. En cuanto al secuestro de Ingrid Betancourt, es importante señalar que éste se realizó cuando ella estaba postulada como candidata a la presidencia de Colombia y nunca se pensó, en principio, que su cautiverio duraría seis años, como de hecho sucedió.

Por otro lado, la selección de Venezuela, país fronterizo con Colombia, se debe al hecho de ser un gobierno directamente involucrado con el conflicto colombiano, mediante la vinculación del presidente Chávez con las FARC, la cual se refleja en sus propias declaraciones a los medios, sin dejar de lado las investigaciones que se están llevando a cabo luego de la validación de las pruebas contenidas en el computador del ex-jefe de las FARC, Raúl Reyes. En efec-



to, el mandatario venezolano hasta hace unos pocos meses atrás fue mediador en la negociación y liberación de los rehenes de esta guerrilla, entre ellas, Clara Rojas, compañera de Ingrid Betancourt. A su vez, se considera que el solo hecho de que Colombia y Venezuela sean repúblicas hermanas justifica la importancia de la inclusión de este país dentro del estudio.

Por último, se escogió a Argentina por la necesidad de tener dentro de la investigación la visión de un país que no estuviese involucrado directamente en el conflicto, pero cuyo gobierno se ha mostrado proclive a mediar en las negociaciones.

En cuanto a los diarios que se seleccionaron están: por Venezuela, *El Universal*; por Colombia, *El Tiempo* y por Argentina, *Clarín*. Los tres periódicos tienen una extensa trayectoria y aceptación por parte del público lector de sus respectivos países, además de contar con la más amplia cobertura y alcance a nivel nacional.

Con este panorama se puede establecer que el objetivo central de esta investigación es el siguiente: realizar un análisis comparativo del tratamiento del tema de la liberación de Ingrid Betancourt, para determinar si existe o no una consonancia en la información expuesta por los tres periódicos escogidos.

En resumen, el planteamiento se establecería bajo la siguiente pregunta:

¿En qué medida existe o no consonancia en la información publicada por estos tres medios periodísticos de distintos países latinoamericanos con relación al secuestro y liberación de Ingrid Betancourt?

Dicho planteamiento se enmarca en las teorías de conformación de la opinión pública de Habermas (1981) y la espiral del silencio de E. Nöelle Neumann (1995), según las cuales la consonancia, acumulación y omnipresencia son factores contribuyentes en el establecimiento tanto de la configuración de los acontecimientos como de las versiones e interpretaciones prevalecientes.

ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

La investigación está limitada meramente al campo de los medios de comunicación impresos; es decir la prensa, entendiendo que ésta es un elemento fundamental en la formación de la opinión pública y sigue canalizando, incluso las matrices de opinión de otros medios electrónicos.

Para el politólogo José Vicente Carrasquero, los medios impresos ejercen un rol fundamental dentro de la sociedad: “la prensa funciona como un auténtico catalizador de todo el proceso de desarrollo y

“

Con este panorama se puede establecer que el objetivo central de esta investigación es el siguiente: realizar un análisis comparativo del tratamiento del tema de la liberación de Ingrid Betancourt, para determinar si existe o no una consonancia en la información expuesta por los tres periódicos escogidos

”

formación de la opinión pública. Sin una prensa libre, no hubiese existido nunca la opinión pública” (Carrasquero, J. 2007).

Asimismo, Carrasquero mantiene que: “la prensa, junto con el incipiente sistema de partidos, hacen posible la existencia de una opinión pública que se va conformando como un contrapunto del poder político” (Carrasquero, J. 2007).

Siguiendo con la misma idea, José Carrasquero cita a Bryce, quien sostiene lo siguiente: “junto con los partidos y las elecciones considera a la prensa como las tres agencias más efectivas en dar expresión a las tendencias prevalecientes del pensamiento público” (Carrasquero, J. 2007).

Las hipótesis sobre consonancia, comprobadas en los medios de comunicación a nivel de los estados nacionales, cuentan, sin embargo, con pocos estudios empíricos sobre su aplicación en el espacio regional latinoamericano, objeto de este análisis.

Históricamente los acontecimientos de carácter multinacional, publicados en los medios nacionales, dependían fundamentalmente de las fuentes de las agencias internacionales de noticias, pero las nuevas tecnologías han transformado este panorama, generando otros flujos de información. De hecho los tres diarios escogidos cuentan con su plataforma digital.

Por otra parte, aunque se da por supuesto que las dinámicas internacionales

están regidas por factores análogos a las nacionales, aún no se conocen a ciencia cierta las redes y flujos que se articulan a nivel regional, y además los cambios de gobierno en el actual momento político latinoamericano introducen otras variables inéditas en la configuración de alianzas.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA COMPARATIVA

A continuación describimos brevemente el carácter de los diarios que se han seleccionado para el análisis.

El Tiempo

Es el periódico de mayor importancia y reconocimiento en Colombia, con 96 años de trayectoria e influencia en la opinión pública. Se enfoca a brindar información útil, independiente y objetiva de los acontecimientos de interés nacional e internacional, temas editoriales con profundidad y amplitud que incluyen la agenda más importante en materia económica y productiva del país.

Hay que destacar la relación directa o indirecta de sus dueños –familia Santos– con los factores del poder político gobernante.

Es uno de los cinco diarios de mayor circulación en América Latina. Posee alianzas con medios internacionales como *The Wall Street Journal Americas* y *The New York Times*. Pertenece al Grupo de Diarios de América (GDA) conformado por 13 periódicos de 11 países, lo que le permite compartir información comercial y editorial con cada uno. Cuenta con destacadas secciones como “Lunes Deportivo”, “Tecnología”, “Salud y Vida”, “Viajar”, “Panorama” y “Clasificados”. (www.eltiempo.com)

El Universal

El Universal es el periódico de mayor tradición en Venezuela. Durante 99 años ha mantenido su liderazgo en el mercado, gracias a su capacidad de renovación y acondicionamiento a los requerimientos de sus lectores y anunciantes.

Con una preferencia comprobada, *El Universal* se mantiene a la vanguardia para brindar a sus lectores un medio adaptado a sus necesidades. Su propuesta editorial ofrece un recorrido por el panorama político, nacional, internacional, económico, deportivo y descubre a Caracas desde la perspectiva que preocupa y ocupa a sus habitantes.

Hay que destacar que su política editorial se ha caracterizado por una franca oposición desde la consolidación de

Chávez en el poder, especialmente a partir del año 2002.

El alcance y permanencia de *El Universal* se debe a la credibilidad que refleja. Lectores informados y con criterio son atributos significativos para los anunciantes.

El Universal posee, de lunes a domingo, un 36% de participación de mercado entre los diarios de circulación nacional. La edición diaria llega a 588.000 lectores pertenecientes a los estratos socioeconómicos ABCD, a nivel nacional. (www.eluniversal.com)

Clarín

El 28 de agosto de 1945 nace *Clarín*. Su fundador es Roberto Noble, periodista, abogado y legislador. El diario es aceptado rápidamente entre los lectores por su oferta periodística, de servicios y su estilo ágil y directo. Para 1965 *Clarín* se convierte en el diario de mayor circulación de la ciudad de Buenos Aires. Además el mismo va sumando nuevos contenidos editoriales.

En 1967 *Clarín* es el primer periódico argentino en lanzar una revista semanal en papel ilustración, los domingos. Tras la muerte de su fundador, en 1969, su esposa, Ernestina Herrera de Noble, asume la dirección del diario. Para esta fecha *Clarín* es el pionero en incorporar suplementos diarios para atender los intereses de sus diversos públicos.

Clarín inicia su etapa de integración vertical en 1976 cuando se inaugura AGR, una planta para impresiones a color de alta calidad. En 1985, *Clarín* pasa a ser el diario de mayor circulación del mundo en habla hispana. (www.grupoclarin.com.ar/content/evolucion.html).

Es gracias a todos estos logros que entre los medios nacionales, editados en Buenos Aires, sobresale el predominio de *Clarín*. La centralidad de este diario, fundado en 1945, en el sistema mediático argentino es incontestable, siendo durante mucho tiempo el de mayor circulación de la prensa en lengua española. Junto con *La Nación* (1870), ambas cabeceras configuran los dos grandes referentes del periodismo impreso argentino. (Tendencias 07. Medios de comunicación: El escenario iberoamericano)

PROCEDIMIENTO DE RECOGIDA DE DATOS

El proceso de recogida de datos para la realización de las respectivas comparacio-

“

Álvaro Uribe Vélez, candidato presidencial de Primero Colombia para ese entonces, propuso la conformación de una misión humanitaria de Naciones Unidas que contactara a las FARC para lograr la liberación de Ingrid. El Gobierno dijo que las elecciones se mantendrían por encima de cualquier situación

”

nes sobre el tratamiento noticioso que realizan los tres distintos periódicos, se basa en seleccionar cuatro momentos cumbres en el desarrollo del secuestro de Ingrid Betancourt. Estos son:

- 1- El secuestro.
- 2- La aparición de pruebas de supervivencia.
- 3- La liberación.
- 4- Recibimiento de Betancourt en Francia.

Con respecto a estos hechos, los diarios *El Tiempo* de Colombia, *Clarín* de Argentina y *El Universal* de Venezuela publicaron una diversidad de artículos, los cuales explican de forma consecutiva el desarrollo de todo lo concerniente a Ingrid Betancourt. Así, a partir de cada uno de los momentos cumbres previamente mencionados, se pueden destacar los principales artículos que tratan el tema. Estos específicamente son los siguientes:

1- El secuestro:

Ingrid Betancourt fue secuestrada el 23 de febrero del año 2002. En cuanto a este acontecimiento, el diario *El Tiempo* tituló en su edición del 25 de febrero de ese mismo año de la siguiente manera:

“El secuestro de Ingrid oscurece la campaña”

En cuanto a este hecho, se dijo que informaciones de inteligencia y electrónica en poder de los organismos de seguridad del Estado, que fueron conocidas por este diario, confirmaron lo sucedido. La información nos señala que el verdadero trasfondo del secuestro es la ley de canje, dijo a *El Tiempo* una alta fuente que pidió el anonimato. Se indicó que ellos (los guerrilleros) dijeron que sólo quieren candidatos presidenciales y congresistas, reconoció Adair Lamprea, jefe de logística de la campaña de Ingrid, quien acompañaba a la candidata cuando se produjo su secuestro.

Además, se expuso que el secuestro de Ingrid obligó al Gobierno a formular recomendaciones para que los demás candidatos a la presidencia no se expusieran ante la difícil situación de orden público que vivía el país, después de la ruptura de los diálogos con las FARC.

Álvaro Uribe Vélez, candidato presidencial de Primero Colombia para ese entonces, propuso la conformación de una misión humanitaria de Naciones Unidas que contactara a las FARC para lograr la liberación de Ingrid. El Gobierno dijo que las elecciones se mantendrían por encima de cualquier situación.

Por su parte, el diario *Clarín* tituló el suceso de la siguiente forma ese mismo día:

“Colombia en guerra: Otro golpe de la guerrilla colombiana más poderosa” “Las FARC secuestraron a una candidata presidencial”

De esta forma, Nelson Padilla, escribió desde Bogotá, en un especial para *Clarín*: “La candidata presidencial Ingrid Betancourt fue secuestrada por las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) cuando hacía su campaña política en la región del sur del país, donde el ejército y los rebeldes *se enfrentan a sangre y fuego* luego de terminado el proceso de paz que duró tres años”. En el posterior desarrollo de su noticia, Padilla explica la situación en la que se encontraba Ingrid en el momento del secuestro y quiénes fueron los autores del hecho. Aquí se destacan sobre todo las advertencias hechas a la candidata presidencial al momento de trasladarse hacia la zona de distensión entre el ejército y las FARC.

Es importante resaltar que en esta noticia de prensa se aclaró que aquel secuestro había sido el primero en su tipo en la historia electoral de Colombia.

En Venezuela, el diario *El Universal* publicó para la misma fecha:

“Secuestran a candidata presidencial”

El periódico informó que “la candidata presidencial colombiana Ingrid Betancourt fue secuestrada por las FARC, Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, junto con su jefa de campaña, Clara Rojas, cuatro días después de que se rompieran los diálogos de paz de esa agrupación con el Gobierno, y a poco más de tres meses de la elección para designar al sucesor de Andrés Pastrana”.

En el artículo se presenta la postura del ministro de la Defensa, para el momento, en la cual se expresa lo siguiente: “El ministro del Interior, Armando Estrada, señaló a la prensa que Ingrid Betancourt ‘fue mucho más intrépida, mucho más audaz de lo que recomiendan las circunstancias’ al viajar a la antigua zona de distensión”.

Asimismo, la actitud de Álvaro Uribe se publica, mediante las declaraciones que manifestó frente al hecho: “El candidato independiente a la presidencia de Colombia Álvaro Uribe –que lidera las encuestas para las elecciones del 26 de mayo– propuso que una misión humanitaria de las Naciones Unidas, ONU, interceda ante las FARC para conseguir la liberación de su contendiente Ingrid Betancourt”.

En otro artículo publicado por el diario venezolano, el mismo día, se expresa la postura que adoptó el mandatario venezolano al enterarse del secuestro de la candidata a la presidencia, Ingrid Betancourt: “Venezuela siempre ayudó al proceso de paz, enviando, a solicitud de Pastrana, funcionarios a realizar misiones a la zona guerrillera o recibiendo a algunas personas. ‘Lo hemos hecho aun cuando luego esos gestos de buena voluntad se tergiversan y son utilizados contra mí y contra el gobierno revolucionario. No nos pesa porque son nuestros hermanos y lo hacemos con el corazón por la paz de Colombia, el día que haya paz en Colombia habrá fiesta de júbilo en Venezuela’ ”.

2- La aparición de pruebas de supervivencia:

Éstas aparecieron en diversas ocasiones, una de ellas se dio a conocer el 31 de agosto del 2003. Y otras, las más recientes, fueron incautadas a milicias urbanas de las FARC el 30 de noviembre del 2007, y su importancia radica en que incluía un video que muestra el cambio de estado de Ingrid Betancourt.

“

“Estoy bien, estoy viva” fue una de las frases reseñadas más importantes de la ex candidata presidencial Ingrid Betancourt, quien inicia su intervención en el que es quizás el vídeo más audaz que haya enviado secuestrado alguno en poder de las FARC y en el que por primera vez deja abierta la puerta a su liberación a través de una operación de rescate ordenada por el Presidente de la República

”

En cuanto a este suceso, *El Tiempo* publicó el 31 de agosto del 2003 la siguiente noticia:

“Rescate sí, pero exitoso: Ingrid”

“Estoy bien, estoy viva” fue una de las frases reseñadas más importantes de la ex candidata presidencial Ingrid Betancourt, quien inicia su intervención en el que es quizás el vídeo más audaz que haya enviado secuestrado alguno en poder de las FARC y en el que por primera vez deja abierta la puerta a su liberación a través de una operación de rescate ordenada por el Presidente de la República.

En el desarrollo de la nota Ingrid se refiere a su situación, a las operaciones de liberación a cargo de las Fuerzas Militares, al canje, a la gestión de Francia para obtener su libertad y al acuerdo humanitario, entre otras cosas. “Rescate sí, definitivamente sí, por principio, pero no cualquier rescate”, rescate con éxito, pide para el momento la ex candidata presidencial al tiempo que solicita a su familia que entienda su posición.

Este mensaje fue enviado por las FARC a *Noticias Uno* y es el segundo que se conoce desde entonces.

En su intervención, Ingrid sostiene que los rescates deben ser una decisión política y no militar. *El Tiempo* se comunicó con

Yolanda Pulecio, madre de Ingrid, quien después habla acerca de sus impresiones.

El último tema que aborda, en una intervención de 23 minutos en los que envía además un agradecimiento al Gobierno de Francia, al embajador Daniel Parfait y al canciller Dominique de Villapin, Ingrid Betancourt rechaza un acuerdo humanitario en el que se cambien civiles por guerreros.

Luego se muestra un mensaje final a Uribe: “... las decisiones sobre mi vida y sobre la vida de muchas de las personas que están como yo, en esta situación, se van a tomar en su mente y en su corazón. En lo que a mi respecta, yo tengo confianza...”

Así mismo, *El Tiempo* publicó una noticia el primero de diciembre acerca de las pruebas de vida aparecidas el 30 de noviembre del 2007, la misma incluía:

“Ya no tengo la misma fuerza, ya me cuesta seguir creyendo”

“He dado muchas batallas; he tratado de escaparme en varias oportunidades; he intentado mantener la esperanza”. Esas tres frases, las únicas legibles de la primera de las 12 páginas que Ingrid Betancourt envió a su familia desde la selva, retratan de cuerpo entero el drama que enfrentan los secuestrados en manos de las FARC.

Se indicó que a diferencia de hace cuatro años, la Ingrid callada que se ve en el video incautado deja ver toda su desesperanza en esa carta, la cual transcribe casi integralmente *El Tiempo* y expresa: “Este es un momento muy duro para mí. Piden pruebas de supervivencia a quemarropa y aquí estoy escribiéndote mi alma tendida sobre este papel. Estoy mal físicamente, no tengo ganas de nada... Es mejor, entonces, no querer nada para quedar libre al menos de deseos. Como te decía, la vida aquí no es vida, es un desperdicio lúgubre de tiempo”.

Después ella habla de cómo es su día a día en la selva, les escribe un mensaje a sus hijos y a algunas otras personas. Publican casi toda la carta en el periódico.

Luego se señala en el diario cómo el ejército dio con esas pruebas de supervivencia.

En este mismo ámbito, el diario *Clarín* se manifestó con respecto a las últimas pruebas encontradas:

“El Presidente Uribe rechazó retomar la mediación de Chávez”

“Difunden una dramática prueba de vida de Ingrid Betancourt”

En ella se explicaba que las pruebas eran videos, fotos y cartas recientes decomisadas a guerrilleros atrapados estos días, según informó el Gobierno. Entre estas pruebas hay imágenes de Ingrid Betancourt y otros 15 rehenes. Además informaron que a las familias de los rehenes les urgía retomar las gestiones para un canje humanitario con rebeldes presos.

Entre otros puntos importantes tocados en el artículo, se dice que el presidente Álvaro Uribe la semana pasada canceló imprevisiblemente la gestión de Chávez, lo que creó una crisis política bilateral; pero, el mismo abrió la posibilidad que a través del gobierno de Francia (Betancourt tiene nacionalidad franco-colombiana) y la comunidad internacional se pueda gestionar ante las FARC.

Por su parte *El Universal* enfatizó:

“Fe de vida de rehenes aviva canje humanitario”

En este artículo se dijo: “Las pruebas de supervivencia de los rehenes de las FARC, entre ellas las de la ex candidata presidencial Ingrid Betancourt, causaron ayer una mezcla de alivio y conmoción a sus familias, por el deplorable estado de algunos secuestrados”.

La actitud del Presidente colombiano fue expuesta, por este periódico, así: “El presidente de Colombia, Álvaro Uribe, celebró las pruebas y reveló su interés en gestiones del gobierno de Francia en favor de la liberación de los rehenes, luego de que él mismo cancelara la misión que había encomendado a su colega de Venezuela, Hugo Chávez, y a la senadora colombiana Piedad Córdoba, informó Efe”.

Asimismo, Uribe manifestó su posición sobre la mediación del presidente Chávez y *El Universal* lo reseña así: “Reiteró Uribe su llamado a las FARC para que libere de manera unilateral a los rehenes y los entregue, si así lo requieren, al presidente Chávez, quien hasta hace una semana trabajó como mediador de un canje de rehenes por rebeldes presos. ‘Que lo hagan de manera unilateral al Presidente de Venezuela, por quien dicen tener respeto, simpatía. El gobierno no se opone a eso’, precisó”.

En otro artículo, publicado al día siguiente, *El Universal* plantea la respuesta del presidente Chávez frente a las pruebas de vida de Betancourt: “A estas alturas creo que no hay voluntad para nada. Viene del lado de Uribe. Uribe cree que puede derrotar militarmente a las FARC y yo creo que las FARC no son derrotables”, subrayó.

Por otro lado, Piedad Córdoba declaró lo siguiente en cuanto al video de la ex can-

“

La actitud del Presidente colombiano fue expuesta, por este periódico, así: “El presidente de Colombia, Álvaro Uribe, celebró las pruebas y reveló su interés en gestiones del gobierno de Francia en favor de la liberación de los rehenes, luego de que él mismo cancelara la misión que había encomendado a su colega de Venezuela, Hugo Chávez, y a la senadora colombiana Piedad Córdoba, informó Efe”

”

didata a la presidencia: “Las pruebas (de vida) al parecer venían a mi nombre para ser llevadas al presidente Chávez”, dijo Córdoba.

3- La liberación:

el 2 de julio de 2008, Ingrid Betancourt fue rescatada por el ejército colombiano en una zona selvática del departamento del Guaviare de Colombia en una operación de inteligencia militar denominada “Operación Jaque”, junto a tres ciudadanos estadounidenses y siete miembros del Ejército de Colombia y cuatro miembros de la Policía Nacional de Colombia. *El Tiempo*, al día siguiente, tituló el hecho de la siguiente manera:

“Este fue un operativo de perseverancia”, dijo el presidente Uribe sobre rescate de 15 secuestrados”

El Tiempo describió el artículo comenzando con que el mandatario Uribe destacó que la operación probó la inteligencia de los colombianos, fue respetable desde todo punto de vista y rindió un homenaje a los derechos humanos.

En una rueda de prensa, Uribe aseguró que en el rescate de los secuestrados no se disparó ni un solo tiro porque se quería enviar un mensaje a las FARC de que la seguridad democrática no es un fin en sí mis-

mo. Afirmó que el Gobierno sigue interesado en buscar la paz con las FARC.

Se describió que el rescate de Ingrid Betancourt, tres estadounidenses y 11 uniformados secuestrados fue posible gracias a una infiltración del Ejército en la que varios de sus operativos se hicieron pasar como guerrilleros y lograron reducir en un helicóptero a los vigilantes de los secuestrados. El mismo se dio cerca de San José de Guaviare.

“La operación fue absolutamente impecable, no hubo violencia, no se disparó ni un solo tiro. Estoy agradecida con las Fuerzas Militares”, agregó la ex candidata presidencial a la radio del Ejército.

“Esta operación que se denominó ‘Jaque’, no tiene precedentes y deja muy en alto la calidad y el profesionalismo de las fuerzas militares colombianas”. “Fue una operación muy bien planeada desde hace ya mucho tiempo”, dijo Juan Manuel Santos, quien subrayó que hubo infiltración en el campamento de los secuestrados.

Luego explican cómo fue el rescate y dan la lista de liberados.

En la misma línea, *Clarín*, el diario argentino manifestó:

“La liberación de Ingrid Betancourt”

“Ingrid Betancourt, liberada: ‘Nunca esperé salir con vida, pero mi rescate fue impecable’”

De esta forma se reseñó el rescate, sorpresivo para los rehenes. Ingrid Betancourt había sido rescatada, sana y salva, junto con otros 14 rehenes, entre ellos tres estadounidenses, en la zona del Guaviare, en el sudeste del país; hecho confirmado por el ministro de Defensa colombiano, Juan Manuel Santos. *Clarín* expuso que Ingrid mostraba un aspecto mucho más saludable que el que tenía en las últimas pruebas de vida, difundidas en noviembre, al momento en que bajó del avión en la base militar de Catam, en la capital colombiana.

El resto del artículo muestra declaraciones detalladas de la ex candidata presidencial acerca de su liberación, la misma además enfatizó el valor del ejército colombiano. En esta misma línea es importante la respuesta dada por Betancourt en cuanto a si las FARC estaban derrotadas tras los últimos golpes que han sufrido, con las muertes de sus dos grandes jefes, Raúl Reyes, abatido por el ejército en marzo, y Manuel Marulanda. Sobre lo cual ella dijo: “No puedo hablar de eso. Pero lo que sí puedo decir es que desde hace un año los víveres llegan de manera muy difícil. Hemos comido muy

escasamente. Creo que pueden estar pasando dificultades, señaló”.

Siguiendo el mismo tema, lo expuesto por *El Universal* se resume así:

“Gracias por una operación perfecta”

Se manifestó: “Gracias al Ejército mío, de mi patria Colombia, a su impecable operación. La operación fue perfecta”. Así agradeció la ex rehén Ingrid Betancourt la operación por la que fue liberada junto a otros 14 secuestrados en manos de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC).

Al mismo tiempo, *El Universal* apuntó las declaraciones de la ex candidata a la presidencia con relación a Uribe de la siguiente manera: “Betancourt elogió la política de seguridad de Uribe y destacó que su reelección “ha sido muy buena para Colombia”, aunque “eso no quiere decir que comulguen con todo lo que dice”. Uribe “ha sido muy buen presidente, hizo una tarea que se tenía que hacer en Colombia”, expresó la dirigente política”.

4- Recibimiento de Betancourt en Francia:

Dos días después de su liberación, Ingrid llegó a Francia, donde fue recibida por el presidente de este país Nicolas Sarkozy. El 5 de julio, *El Tiempo* publicó:

“Ingrid Betancourt paralizó a Francia”

Se indicó que las cadenas de TV francesas suspendieron su programación para registrar la bienvenida de héroe que le brindó el presidente Nicolás Sarkozy. Frente a la Alcaldía de París, una muchedumbre la aclamó. Sarkozy, a quien la ex candidata llamó ‘un hombre extraordinario’, y su esposa, Carla Bruni, la recibieron en el aeropuerto militar. “Sueño desde hace seis años con vivir este momento. Es un momento muy, muy emocionante para mí: respirar el aire de Francia, estar con ustedes”.

Antes de los aplausos que acompañaron el descenso de Ingrid del avión, un gran silencio se produjo en el aeropuerto, e incluso los agentes de seguridad que estaban entre el centenar de periodistas acreditados, fijaron sus ojos en la puerta del avión.

Para los franceses se materializó felizmente el símbolo del valor y la lucha contra la corrupción en Colombia.

Se hizo un énfasis en la emoción y el sentimiento de alivio de haber recuperado sana y salva a su compatriota, lo que se veía en la cara de los responsables de los comités de apoyo a Ingrid.

Aunado a esto, *Clarín* indicó:

“

En esta ocasión, *Clarín* se focalizó en el contexto de la llegada de Ingrid Betancourt a Francia y en describir las emociones manifestadas por cada uno de los presentes. Desde la perspectiva informativa, el periódico argentino explicó cómo Sarkozy le dio la bienvenida a Ingrid

”

“La ex rehen llegó a París acompañada de sus hijos”

“Francia recibió a Betancourt como a una heroína que regresa a casa”

En esta ocasión, *Clarín* se focalizó en el contexto de la llegada de Ingrid Betancourt a Francia y en describir las emociones manifestadas por cada uno de los presentes. Desde la perspectiva informativa, el periódico argentino explicó cómo Sarkozy le dio la bienvenida a Ingrid.

Además, en varias ocasiones se reseñó el agradecimiento de Betancourt hacia Francia, a la cual le debe su liberación. Así también se describieron aspectos de cómo Ingrid habló de su secuestro; esta vez, según *Clarín*, describió su cautiverio con un poco de humor: “Era todo hostil, todo pica en la selva. Había que usar guantes, los animales eran todos peligrosos, el techo era una fronda verde, sin una gota de luz. Yo soy ecologista pero no tanto conté, tras describir que caminé 300 km por año en la selva”.

Es importante destacar el énfasis de las palabras de Ingrid en cuanto a que necesita aún de la ayuda de Francia para luchar por la liberación de los que todavía siguen en manos de las FARC. En este aspecto recibió respuestas positivas por parte del presidente Sarkozy.

Por su parte *El Universal* cubrió el mismo hecho del siguiente modo:

“Ingrid se siente “como en el paraíso”

El Universal dijo que tras siete años de larga y penosa espera, una emocionada Ingrid Betancourt se reunió ayer con sus hijos, quienes viajaron desde Francia para estar con ella.

Este diario reseñó las declaraciones de Betancourt con respecto a la intermediación de la presidenta de Argentina así: “planteó que la presidenta argentina, Cristina Fernández, podría ser invitada a participar en las gestiones de mediación para empujar a las FARC a que “dejen el camino del terrorismo”, y vayan a una negociación de paz”.

Por otro lado, *El Universal* citó a Ingrid Betancourt, para referirse a la reelección de Uribe, así: “Sí, a mí me gusta la reelección, la tercera reelección (de Uribe) por qué no”, dijo”.

Por último, la prensa señaló que Betancourt reconocía lo siguiente: “reconoció que las FARC ven a Chávez como héroe y que siempre usaron uniformes, botas y productos de aseo fabricados en Brasil y Venezuela. ‘Quieren a Chávez. Chávez para la guerrilla es un héroe’, mencionó”.

A su vez, se destacó en otro artículo que Chávez quedó frío cuando se enteró de la liberación de Ingrid. Entre las declaraciones más relevantes de esta noticia está la siguiente: “Ingrid Betancourt, te mando este beso. Nos la jugamos por ti”, expresó Chávez, quien ayer soltó que aun cuando “fue un hombre de armas” está consciente que “el tiempo de los fusiles ya pasó. Yo que fui un hombre de armas... (creo que) ya no es la hora de los frentes guerrilleros. Es la hora de los pueblos”.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En cuanto a la comparación realizada a los periódicos *El Tiempo* de Colombia, *Clarín* de Argentina y *El Universal* de Venezuela, con respecto al tema del secuestro de Ingrid Betancourt, el cual fue dividido en cuatro etapas importantes: 1. Secuestro, 2. Aparición de pruebas de supervivencia, 3. Liberación y 4. Recibimiento de Betancourt en Francia, se obtuvieron los siguientes resultados:

1- *El Tiempo* le otorgó al tema del *secuestro* una importancia primeramente política, pues se basó en reflejar las causas y consecuencias que traería tanto para las elecciones a darse en Colombia aquel año, como lo que podría ocurrirle al resto de candidatos. Por su parte, *Clarín* además de reseñar desde la perspectiva política, también lo hizo desde

el hecho en sí: la acción tomada por la guerrilla colombiana. En cuanto a *El Universal* de Venezuela, el mismo trató lo sucedido de una forma más apegada a los hechos, con muy poco análisis de las causas y lo que podría pasar a raíz de esto; el mismo sólo cuenta con un agregado acerca del punto de vista del presidente de este país Hugo Chávez.

Puede inferirse que Colombia le dio un tratamiento algo distinto a este hecho, así como a los que se presentaron a continuación, ya que este país es el protagonista del acontecimiento, por lo que los detalles a informar recaen en sus medios más que en los de otros países, los cuales reflejan los mismos desde un panorama mucho más amplio.

2- En cuanto a la *aparición de las pruebas de supervivencia*, en los dos casos estudiados (dos principales fechas de aparición de las pruebas) tanto *El Tiempo* como *Clarín* se enfocaron en mostrarle a la audiencia directamente las palabras de Ingrid y el contexto en que se encontraba. *El Universal* realizó la misma tarea pero de una forma más despersonalizada, es decir; describió menos el pensamiento de la secuestrada e incluyó algún ingrediente más sobre el conflicto entre Venezuela y Colombia por cuanto Uribe rechazó la mediación de Hugo Chávez para solventar este conflicto.

Aunado a esto, es importante destacar el cambio de estado tanto anímico como físico de Betancourt, el cual se logra apreciar gracias a que el mismo periódico *El Tiempo* reseña los hechos de ambas fechas (agosto del 2003 y noviembre del 2007) siguiendo los mismos parámetros informativos.

3- *La liberación de Ingrid*, como uno de los hechos más importantes debido al conjunto de acciones llevadas a cabo a favor de su liberación, además de la diversidad de países implicados en el caso, fue cubierta por los tres medios incluyendo los diversos detalles y declaraciones dados por Ingrid Betancourt. Es así, como *El Tiempo* destaca los puntos importantes del proceso de liberación, con una participación profunda del presidente Álvaro Uribe; con ello se puede observar la predominancia política del hecho. *Clarín* se dirige más hacia lo emocional, fundamentándose sobre todo en las declaraciones dadas por la que fue-

“

En cuanto a la aparición de las pruebas de supervivencia, en los dos casos estudiados (dos principales fechas de aparición de las pruebas) tanto *El Tiempo* como *Clarín* se enfocaron en mostrarle a la audiencia directamente las palabras de Ingrid y el contexto en que se encontraba. *El Universal* realizó la misma tarea pero de una forma más despersonalizada

”

ra la víctima, además del contexto posterior a su rescate. *El Universal* hace una mezcla de ambos aspectos, pues a la vez que informa desde una perspectiva más política, también lo hace desde la subjetividad de la protagonista en cuestión: Ingrid Betancourt.

4- *El viaje a Francia* recibió un tratamiento más similar por parte de los tres periódicos, no sin dejar de aparecer las diferencias propias debido al contexto de cada medio, entre las cuales destaca el juicio más valorativo hecho por el diario argentino *Clarín*, el cual se enfocó en reflejar el caso desde una perspectiva más vinculada a la dimensión subjetiva y personal de la liberada. Otra diferencia radica en la importancia que le da *El Universal* a las declaraciones del presidente venezolano Hugo Chávez, las cuales están justificadas por la participación que él ha tenido en el caso de la mediación con las FARC y los conflictos diplomáticos entre Colombia y Venezuela.

CONCLUSIONES

A través del análisis comparativo de los tres periódicos estudiados, se puede llegar a la conclusión de que sí existe consonancia en la información expuesta, básica-

mente, por el hecho de que los tres diarios comparten la perspectiva del periodismo tradicional bajo un mercado libre, que pretende desarrollar una línea objetiva, veraz y equilibrada, presentando el panorama del suceso en toda su amplitud.

Sin embargo, luego de examinar el tratamiento dado a la información y a la temática estudiada como lo es el conflicto desarrollado por las FARC, específicamente, centrado en el caso de Ingrid Betancourt, se observó que *El Tiempo* de Colombia por ser la nación más directamente afectada presenta los mensajes periodísticos de manera mucho más detallada y con mayor cobertura.

Mantiene una línea política ambivalente sobre la conveniencia de las mediaciones, pero tras algunas fluctuaciones sobre la mediación venezolana, al final se decanta abiertamente por la línea dura del gobierno colombiano.

Venezuela, por su parte, a través del diario *El Universal*, se desenvuelve mucho más conservadoramente, brindando a su público lector los acontecimientos escuetos, sin establecer un análisis minucioso de las posibles consecuencias de algún suceso. A la vez que sigue los acontecimientos, recoge, principalmente, las variaciones tácticas del presidente Chávez, quien pasa de legitimar a las FARC –basándose en el éxito de la liberación de Clara Rojas– a rechazar la vía armada como solución del conflicto colombiano.

El diario *Clarín*, representando a Argentina, desarrolla una información variada, es decir, en algunos casos adopta una forma de presentar el mensaje de manera noticiosa y en muchos otros casos, expone la noticia con juicios de valor, lo cual tiende a apuntar a un modo más subjetivo y libre de plantear el asunto por el periodista. Sin posicionamientos políticos sobre las tácticas, tiende a centrarse en el drama humano.

No obstante, existe una consonancia considerable en el enfoque periodístico frente al hecho, pues los tres periódicos contribuyen a la formación de una opinión pública que se manifiesta en contra del movimiento armado revolucionario de Colombia y a favor de la paz en ese país.

En resumen se puede inferir, gracias a las comparaciones hechas de los tres medios impresos, que a pesar de pertenecer a tres países distintos, al final la información coincide en unas claves centrales: el modo de estructurar las secuencias por etapas narrativas; el predominio de las declaraciones oficiales, ligadas a las fuentes gubernamentales y militares, y la deslegitima-

ción de las acciones terroristas de las FARC. Hay, pues, una consonancia ideológica sobre la versión de los hechos y su pauta interpretativa contra el terrorismo.

Las diferencias en los artículos analizados, las cuales, cabe reiterar, no son radicales, se deben al contexto de proximidad o lejanía de cada país (el hecho interno, fronterizo o lejano), y al diverso grado de concernimiento político (lucha directa del gobierno colombiano, cambios tácticos del gobierno venezolano y distancia prudencial argentina). Aun así se han generado unas matrices de opinión dominantes sin discrepancias, que han pasado a trascender las fronteras de una determinada nación, que en este caso es Colombia.

Por fin, se sugiere seguir explorando la consonancia o, según el caso, las diferencias que existen en los medios de comunicación de gran influencia en los ciudadanos de diferentes países latinoamericanos, de manera de encontrar la conformación de climas de opinión a nivel continental, sobre temas que no sólo sean de relevancia local para cada nación, sino de interés bilateral o multilateral.

Igualmente, habría que completar estas matrices de opinión con otros enfoques silenciados por una espiral del silencio. Sólo así se podrán enriquecer las miradas nacionales con un crecimiento de las perspectivas comunicacionales de cada país.

- Kellvin Aponte
- Andrea Pérez
- Angélica Velazco

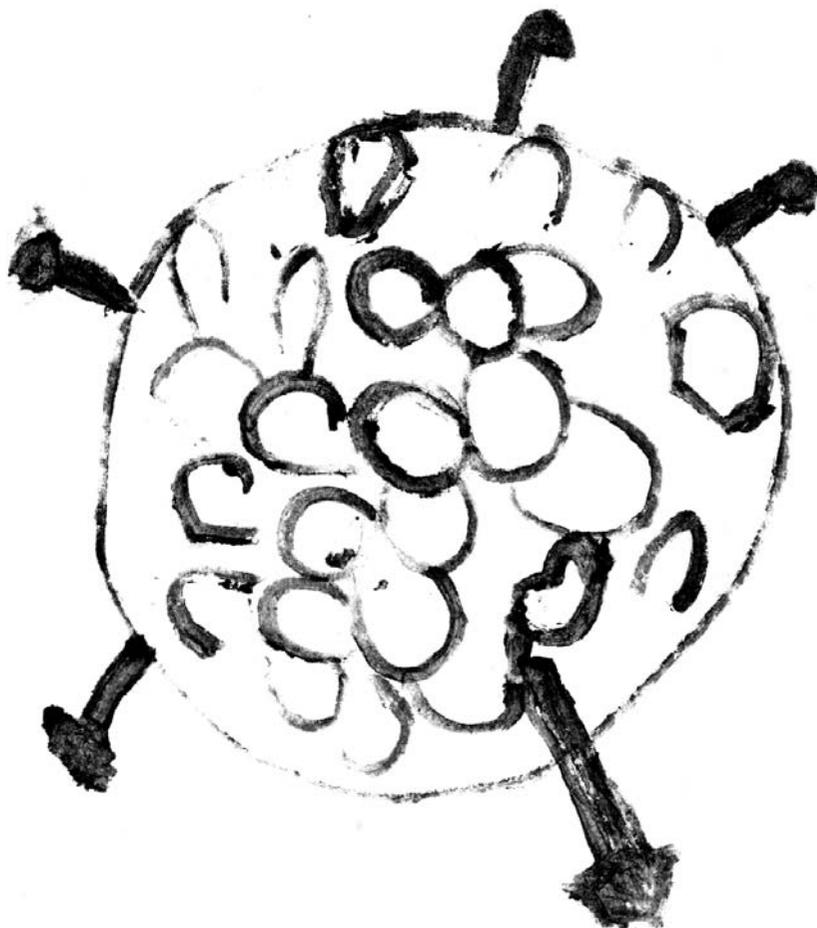
Cursantes del último año de la carrera de Comunicación Social en la UCAB

Referencias

- BOLADERAS, M. (2001): "La opinión pública en Habermas". En: *Análisis* N°26. Barcelona-España.
- CARRASQUERO, J.V. (2007): *Materiales de lectura*. Cátedra de Opinión Pública. Universidad Católica Andrés Bello.
- HABERMAS, J. (1981): *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: G. Gili.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1995): *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.
- Varios Autores (2008): *Tendencias 07. Medios de comunicación: El escenario iberoamericano*. Madrid: Telefónica Española y Editorial Ariel.

Páginas consultadas en la web:

www.infoamerica.org
www.worldbank.org
www.eltiempo.com
www.eluniversal.com
www.clarin.com
www.grupoclarin.com





La serie *Quehacer comunitario* sintetiza las experiencias que el Centro Gumilla ha realizado con las comunidades dentro del proyecto “*Fortalecimiento de Sectores de alto riesgo social en Venezuela*”.

El proyecto de la serie llevado adelante por el Centro de Barrios Comúntas incluye los títulos:

1. El contexto comunitario
2. La familia en el contexto popular
3. El desarrollo de la Economía Social
4. Marco jurídico de la participación comunitaria
5. Los grupos comunitarios organizados
6. Ética y participación comunitaria



Ucab-Guayana, es la primera universidad en ofrecer la carrera de Comunicación Social en Puerto Ordaz en el año 1999, habiendo egresado para abril del 2008, 170 profesionales del periodismo, lo que se traduce en 118 investigaciones concentradas fundamentalmente en las áreas de: desarrollo sustentable, identidad regional y local, problemática socio-económica y cultural, y la historia y caracterización de los medios de comunicación social en la región Guayana. Investigaciones que han dado respuesta a necesidades concretas de la sociedad y que a su vez es posible insertarlas en las líneas de los centros de investigación de la UCAB, asociados a la comunicación y la formación humanística

■ **Ana María Quintero A.**

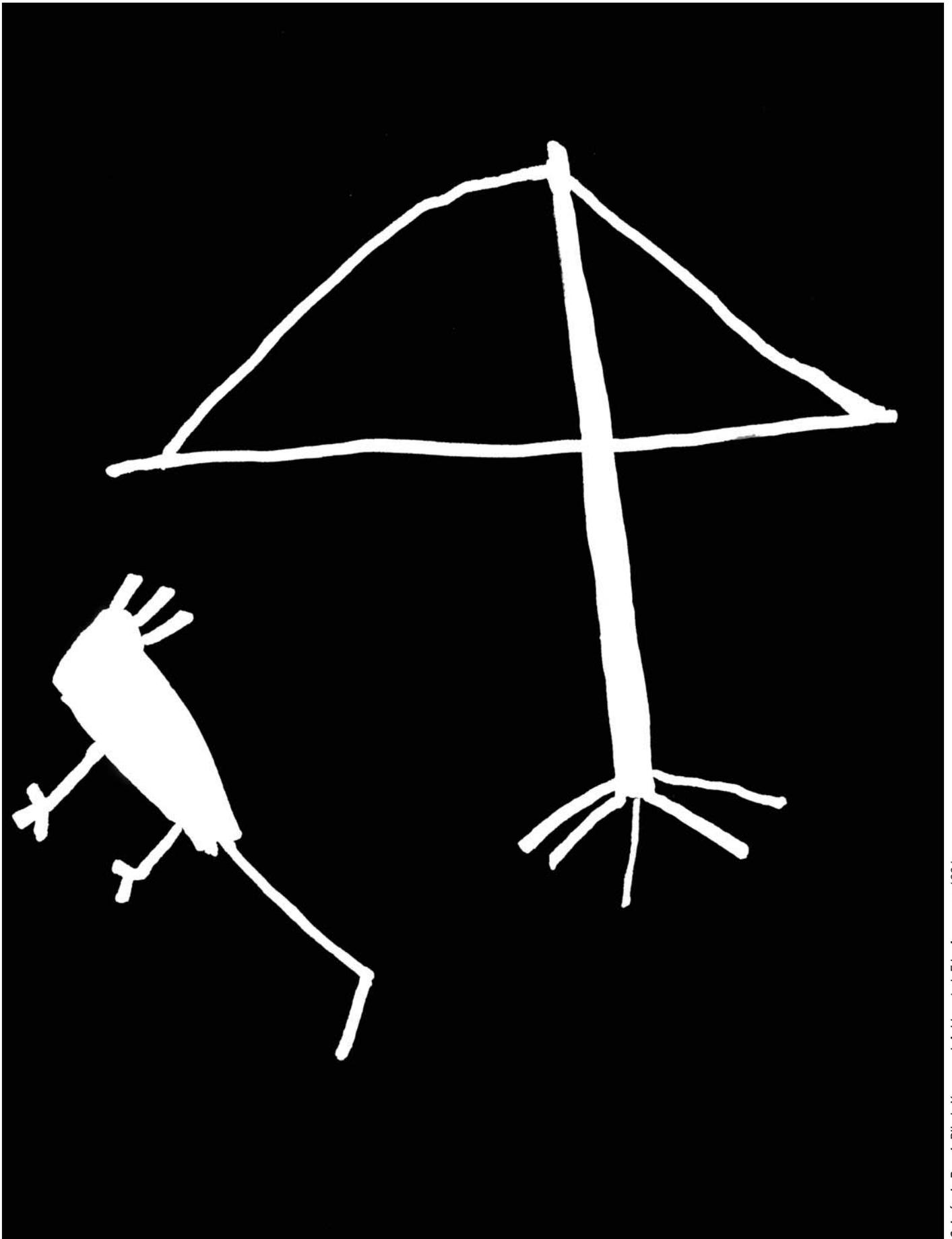
La comunicación es un derecho fundamental de todo ser humano, además de ser una de las capacidades que nos distinguen del resto de los seres vivos del planeta, ya que no sólo nos reconocemos, sino que pensamos, acordamos y disentimos.

En la medida que cada persona tiene información y conocimiento pertinente para las cosas que le competen como parte de una sociedad o una comunidad, y puede además opinar, acordar o disentir, estará en capacidad de ser más un actor que un simple receptor, y podrá participar incluso en la formulación de políticas públicas acertadas que puedan incidir en su calidad de vida y en la de los suyos, especialmente si se vive bajo un sistema de gobierno democrático.

Dada la complejidad que implica el compartir, y el ser ciudadano más que habitante, así como padre, representante, elector, cliente, consumidor; se han ido diseñando y fortaleciendo procesos de comunicación en masas, y mejor aún de comunicación social, cada vez más complejos, para intentar incidir en el intercambio que debe darse entre los individuos y un colectivo, así como capturar la esencia del colectivo y hacerla llegar a cada una de las individualidades que lo componen. Esto ha sido tan reconocido que es por ello que a mediados del siglo XX surgen en Venezuela las carreras de pregrado en periodismo, más tarde llamadas Comunicación Social. En este sentido Ávila (1979 cp. Bonilla Liscar, 2005, p.42) distingue al comunicador social como el que divulga y promueve el cambio en la mentalidad pública por medio de informaciones y orientaciones educativas, y al comunicador de masas, como el que utiliza los medios para difundir mensajes sin destino reflexivo a un público que no retroalimenta

UCAB-Guayana

**Cinco años de investigación
en comunicación**



Galería de Papel. Dibujo Yanomami. Asidowateri, Edo. Amazonas 1991

al comunicador, en cuanto a sus opiniones y emociones. (p.76)

En Guayana, y particularmente en Ciudad Guayana, la ciudad más joven del país, fundada en 1961, y el centro urbano más importante del sur de Venezuela, creada como modelo de desarrollo para la transformación de los principales recursos mineros encontrados en la zona, entre ellos el hierro y la bauxita, que dieron lugar en la década de los sesenta a la industria siderúrgica, y en los setenta a la del aluminio; los inicios del trabajo periodístico se remontan a la creación del *Correo del Orinoco*, cuyo propósito era difundir y defender causas políticas del lado patriota en el año 1818, sin embargo es en junio de 1977 cuando aparece el *Correo del Caroní*, como el primer medio impreso independiente de la ciudad. Posteriormente aparecen otros medios como *El Guayanés* en octubre de 1988, *Nueva Prensa* en enero de 1998, y más recientemente el *Diario de Guayana*, en junio del 2003.

La radiodifusión se inició antes que los medios impresos, e incluso antes de la fundación oficial de Ciudad Guayana, es así como en septiembre de 1960, comienza la señal de *Radio Caroní*, reconocida como la radio pionera de la ciudad. Luego vinieron muchas más: *Radio Puerto Ordaz*, *Radio Canaima*, *La Mega*, *Éxitos 90.5*, *Cuyuni 106.5*, *Festiva 99.9*, entre otras, y más recientemente la expansión de las radios comunitarias, como medios alternativos de comunicación, sin fines lucrativos.

Existen también en Ciudad Guayana televisoras, como *TV Guayana*, que tenía un noticiero informativo, de referencia para todos los habitantes de la ciudad y la región, pero que luego de los incidentes ocurridos en el país en abril del 2002, y de haber sido violentadas y agredidas sus instalaciones fue eliminado, y su rating hoy día ha disminuido considerablemente a lo que disfrutaba hace una década. Más recientemente han surgido operadoras por cable como *Network TV* y *Cable Orinoco TV*.

Esta proliferación de medios en Ciudad Guayana, originó la necesidad de tener un centro de formación de profesionales de la comunicación, y es así como la Universidad Católica Andrés Bello, asume el reto y en octubre de 1999 inicia lo que luego se convertiría en la primera cohorte de licenciados en Comunicación Social, mención periodismo.

La Escuela de Comunicación Social se rige por un perfil general, producto de una reforma del Plan de Estudios, hecha en la

TABLA 1
Primeros trabajos de grado de la Escuela de Comunicación Social, Ucab - Guayana

Tesista(s)	Tema y tutor
Alzola, María Herrera, Meliant	Desempeño de los medios de comunicación social en el conflicto en Irak. (marzo - mayo, 2003) (Tutor: Rafael Rondón)
Balza, Ana	Manual de gestión comunicacional aplicado (Caso: Cámara de Comercio e Industrias Municipio Caroní) (Tutor: Mario Castro)
Carreño, Yuleidi Matos, Tracy	Incidencia del uso de los mensajes de texto en el lenguaje escrito de los estudiantes de las universidades públicas y privadas de Puerto Ordaz. (Tutor: Manuel Trujillo)
De Lima, María Fuentes, Rosa	APRENDIENDO CON DOMINGUITO. Revista educativa dirigida al público infantil de Ciudad Guayana. (Tutor: Lorena Álvarez)
Elías, Liliana Lara, Moralis	Diseño de una estrategia comunicacional en pro de la organización del barrio Manuel Carlos Piar. (Tutor: Alba Perdomo)
Gamboa, María Sánchez, Thairy	Estrategia comunicacional para mitigar falsas llamadas a Emergencias Bolívar y Servicios Aéreos 171 (EBSA 171). (Tutor: Pamela Astudillo)
García, Inés	Desarrollo de un manual de normas de identidad visual para la Siderúrgica del Orinoco, C.A. (Tutor: Gustavo Pernalet)
Gudiño, Virginia Silva, Mariana	Estudio exploratorio-descriptivo sobre las líneas editoriales en las portadas de los diarios de mayor circulación de Ciudad Guayana. (Tutor: Clemente Scott)
López, Virginia Malavé, Mayra	Uso de la "música popular" como reforzador del proceso político que lidera Hugo Rafael Chávez Frías. (Tutor: Miguel Escalona)
Matos, Jennifer	Guía turística de Ciudad Guayana. (Tutor: Gerardo González)
Pino, Jeisson	Creación de un sitio web dirigido a estudiantes universitarios de Puerto Ordaz. (Tutor: Luis Estraño)
Quiñones, Ender	Contraste entre la oferta y la demanda de la producción noticiosa radial de Puerto Ordaz. (Tutor: Sandra Corredor)
Ríos, Atamaica Velasco, Pamela	Tratamiento de la información cultural en los periódicos de Ciudad Guayana. (Tutor: Andrea Ortiz)
Rivas, Rosanny	Diseño de una publicación institucional como herramienta de promoción para Ceproguyana. (Tutor: Miguel Escalona)
Rodríguez, Neidy	Tierras, no pobladores. Reportaje sobre la inmigración y permanencia ilegal de guyaneses en Ciudad Guayana. (Tutor: Randall Salas)
Rojas, Carlota Sánchez, María	De Puerto de Tablas a Ciudad Guayana Testimonios e imágenes de los inicios de una ciudad. (Tutor: Janet Buchholz)
Zerpa, Heyra	Impacto social del cierre de los noticieros de TV Guayana en el Municipio Caroní. (Tutor: Robinson Lizano)

TABLA 2
Trabajos de grado, mención publicación, de la Escuela de Comunicación Social,
Ucab - Guayana

García Inés (2004) <i>Manual de Normas de Identidad Visual para la Siderúrgica del Orinoco, C.A.</i>
Jansen María E. (2006) <i>Manual para la elaboración y producción de libros recreativos infantiles.</i>
Herrera G., y Meza M. (2006) <i>Estrategia Comunicacional dirigida a aumentar el patrocinio hacia la Fundación Cidene.</i>
Hussein S. (2007) <i>Diagnóstico de la violencia estructural y su impacto en el desarrollo social de Ciudad Guayana.</i>
Bastidas Lissett (2008) <i>Enfermos mentales en situación de calle, un problema social.</i>
Delgado Andreína. (2008) <i>Violencia intrafamiliar en el Municipio Caroní: la mujer como víctima.</i>
Jansen Teodoro. (2008) <i>Tendencias artísticas en afiches cinematográficos de la década de 1950 en el género acción.</i>

TABLA 3
Modalidades seleccionadas en las primeras 5 cohortes
de trabajos de grado en Comunicación Social

Cohorte	Estudio de Mercado	Proyectos de Producción	Periodismo de Investigación	Estrategia Comunicacional	Análisis de medios y mensajes	Investigaciones exploratorias descriptivas
2003 - 2004 17	-	6	5	2	1	3
2004 - 2005 29	2	5	1	6	1	4
2005 - 2006 36	1	8	1	7	2	-
2006 - 2007 20	3	-	11	-	5	1
2007 - 2008 16	2	-	10	1	2	1
Total:118	8	19	55	16	11	9

misma escuela en Caracas entre los años 1987 y 1989, que señala:

El egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello deberá ser un licenciado con una sólida formación humanística y ética, que posea los conocimientos académicos (teóricos y prácticos) que le permitan desenvolverse con versatilidad y soltura en la aplicación de las distintas técnicas de Comunicación Social, independientemente de la especialidad elegida para su perfil profesional. (UCAB, 2008, Perfil del egresado).

Los primeros estudiantes de Comunicación Social en Guayana comienzan su formación en investigación en marzo del 2002, en la cátedra de gerencia de proyectos comunicacionales, (sexto semestre), para luego elaborar sus primeros ante-proyectos de trabajos de grado, estudiando octavo semestre, bajo las orientaciones que le brinda la materia Investigación de Medios Periodísticos, y defender sus primeros tra-

bajos de investigación, que vinieron a ser las primeras tesis defendidas en UCAB-Guayana, entre julio y septiembre del año 2004 (Ver tabla 1)

Hoy, a nueve años de la creación de la Escuela de Comunicación Social ya se cuenta con 118 trabajos de grado aprobados, y para octubre de 2008 el total de profesionales ascenderá a 170. De estos trabajos siete han obtenido la calificación de veinte puntos, mención publicación. (Ver tabla 2).

Los trabajos de investigación en comunicación pueden ser clasificados, según la normativa establecida por la UCAB, por modalidades que dan cuenta de la estrategia seleccionada por el estudiante para intervenir y transformar una realidad. A la fecha, y cónsone con la mención periodismo, única mención existente durante la formación de las primeras cinco (5) cohortes de egresados, se han realizado 55 trabajos en periodismo de investigación,

que incluye las submodalidades: reportaje interpretativo, reportaje audiovisual, ensayos biográficos y entrevistas de personalidad; 19 en proyectos de producción, que incluye el desarrollo de medios comunicacionales; 16 estrategias comunicacionales, 11 análisis de medios y mensajes, 9 investigaciones exploratorias – descriptivas, y 8 estudios de mercado. (Ver tabla 3)

En relación a las áreas en que se pueden agrupar las investigaciones, se distinguen cuatro áreas centrales, dentro de las cuales se pueden identificar subáreas y proyectos. Así se tiene:

DESARROLLO SUSTENTABLE

Esta área se corresponde con la visión establecida por la UCAB en su Manual de Calidad (2007): “ Ser el centro de referencia para la construcción de un país sustentable en lo educativo, lo económico, lo ambiental y lo social, incluyendo la gobernabilidad, utilizando la investigación como dinamizador de la acción”. Al mismo tiempo muchos trabajos se han realizado dando respuesta a problemas planteados desde los centros de investigación en ambiente de la Universidad Nacional Experimental de Guayana (UNEG) y los Programas de la Fundación de Ciencia y Tecnología del estado Bolívar (Fundacite Bolívar).

Las subáreas que podrían derivarse de *Desarrollo Sustentable* son: *Ambiente, Turismo y Ecología y Formas de Producción.*

IDENTIDAD REGIONAL Y LOCAL

Esta área si bien surge por iniciativa de la profesora de historia en las escuelas de Comunicación Social, Educación y Relaciones Industriales de UCAB-Guayana, Janet Buchholz, quien durante el inicio de los primeros proyectos se dio a la tarea de visitar las clases de Gerencia de Proyectos Comunicacionales para entusiasmar a los estudiantes a construir la historia local; luego se ve dando respuesta a la solicitud que desde la gobernación del estado Bolívar, hace en noviembre del 2007 la Dirección del Fortalecimiento del Conocimiento y Raíces Culturales.

Las subáreas que pueden derivarse en función de los trabajos de grado aprobados y en proceso son: *Identidad Regional, Identidad Local, e Identidad Ucabista.*

PROBLEMÁTICA SOCIO-ECONÓMICA Y CULTURAL

Esta área se conforma por la necesidad que tienen los estudiantes por una parte de

hacer un periodismo de denuncia en relación a lo que ven en su realidad de todos los días. Es así como surgen temas relacionados con la prostitución de niñas y adolescentes, los trabajadores infantiles, las invasiones, el proceso de adopción, la capacidad de respuesta del cuerpo de bomberos ante el crecimiento de la ciudad, entre otros. Por la otra, hay muchos que se preocupan por el rescate de aspectos culturales, y de esta forma se plantean temas como: la historia de El Calipso de El Callao, el Joropo Guayanés, así como semblanzas de quienes representan la música y el folclore guayanés.

De esta forma se pueden construir sub-áreas como: *Periodismo de Denuncia y Cultura*.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En esta área se agrupan todos los trabajos que han surgido para dar respuesta a un problema comunicacional concreto de una organización, así como para caracterizar los medios de la región.

En este sentido es fácil hacer tres agrupaciones como son: *historia de los medios de la comunicación social en la región Guayana*, lo cual ha permitido construir la historia de la radiodifusión a partir de sus pioneros, y conocer las tendencias de la locución en la ciudad; *la caracterización*, que incluye trabajos asociados al tratamiento periodístico de la cultura, la pobreza, la economía, la censura en los medios, la cobertura de los medios, etc., y *las soluciones comunicacionales* que incluye todos aquellos trabajos que dan respuesta a una necesidad concreta de alguna organización y / o empresa de la región.

Adicionalmente también es posible encontrar investigaciones vinculadas a cada una de las líneas de investigación tanto del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC), como son: historia y memoria del periodismo, tecnologías de información y comunicación, medios y representaciones sociales y comunicación política y libertad de expresión, así como del Centro de Investigación y Formación Humanística (CIFH): democracia, valores y cultura. Sin embargo, estos trabajos no se desarrollaron con el apoyo de estos centros, sino que al hacer el inventario hubo una coincidencia entre las demandas de conocimiento y tecnología detectadas desde Guayana, y abordadas a partir de la formulación y desarrollo de proyectos de trabajo de grado, y las identificadas por quienes construyeron y aprobaron las líneas de investigación de estos centros. Queda co-

mo materia pendiente, trabajar en equipo y fortalecer la investigación aprovechando la iniciativa, y creatividad que genera el ser una escuela y universidad tan jóvenes con la madurez que le brinda a la UCAB en Caracas sus más de cincuenta años de existencia.

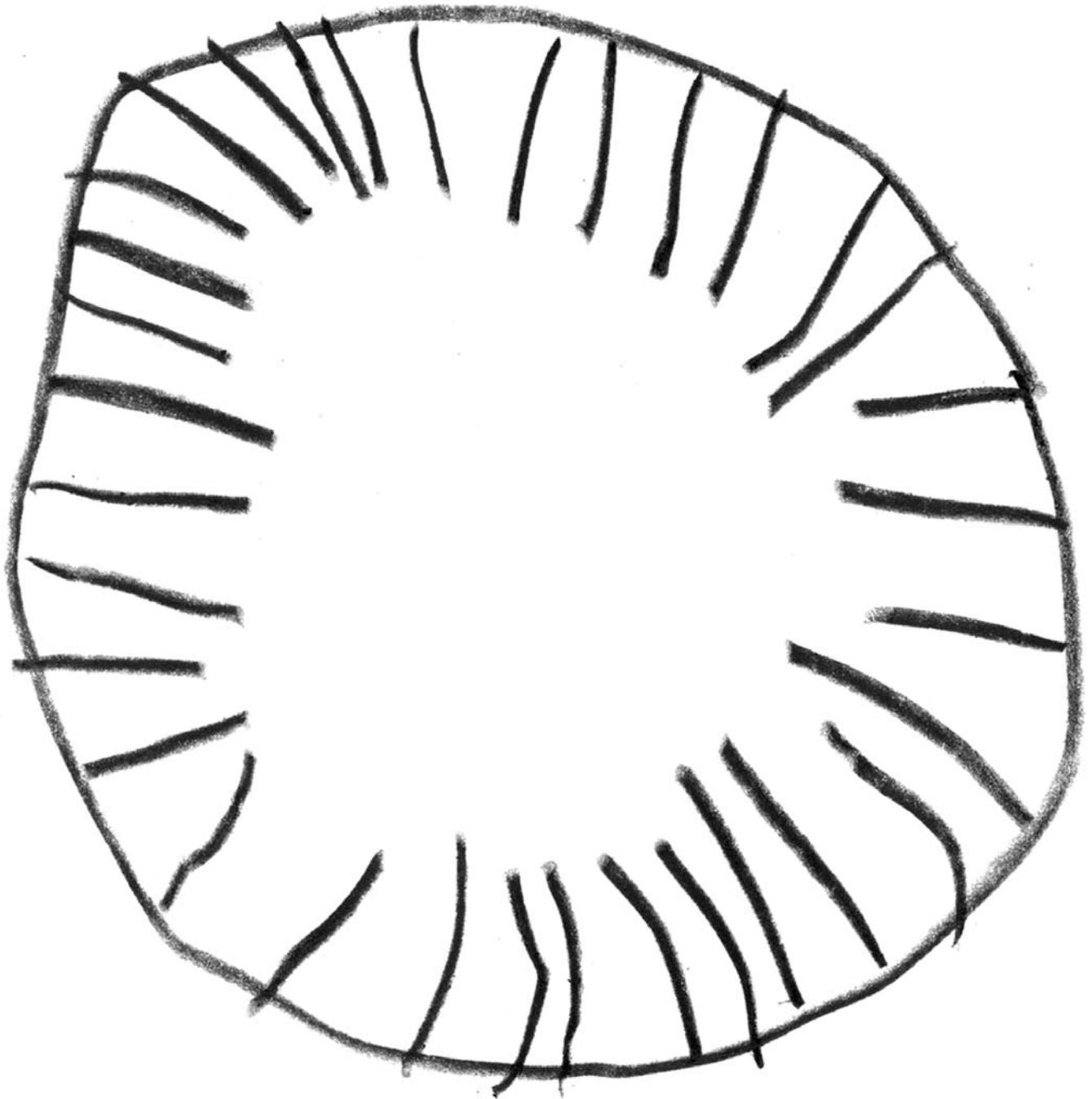
En Guayana todo esto ha sido posible gracias a la convocatoria y participación de más de 59 profesores de toda UCAB-Guayana, y algunos especialistas de la ciudad que han acompañado el proceso bien como tutores y/o jurados, lo cual conllevó a la Escuela de Comunicación Social a dar un merecido reconocimiento de manos de la Decana de la Facultad de Humanidades y Educación, Dra. María Elena Febres Cordero, y del Vice-rector de UCAB, Guayana, Alfredo Rivas Lairer, el pasado 4 de abril del 2008, a seis de los profesores que han acompañado el proceso de trabajos de grado por los cinco años consecutivos que corresponde a las primeras cinco cohortes de egresados como licenciados en Comunicación Social, mención periodismo. Reconocimiento que se aspira sea institucionalizado ya que de la ciencia de psicología se ha aprendido que el reconocimiento garantiza la reproducción de la conducta deseada, el castigo no elimina la no deseada, pero la ignorancia sí asegura la extinción de los buenos esfuerzos.

■ **Ana María Quintero A.**
Profesora de Postgrado en la
Universidad Nacional Experimental
de Guayana y Universidad
Marítima del Caribe

Referencias

- BONILLA, Liscar (2005): *El desarrollo profesional del comunicador social que ejerce en Ciudad Guayana*. Tesis de Grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social. UCAB-Guayana.
- UCAB – Guayana (2007) *Manual de Calidad*
- UCAB (2008) *Perfil del egresado de Comunicación Social*.





Líneas gubernamentales

en medios alternativos y comunitarios

Una revisión de la prensa nacional desde el año 2002 hasta ahora nos permite contrastar dos grandes corrientes de opinión sobre los medios alternativos y comunitarios (MAC) de Venezuela. La primera los tilda de chavistas, gobernadores, proselitistas e ilegales.

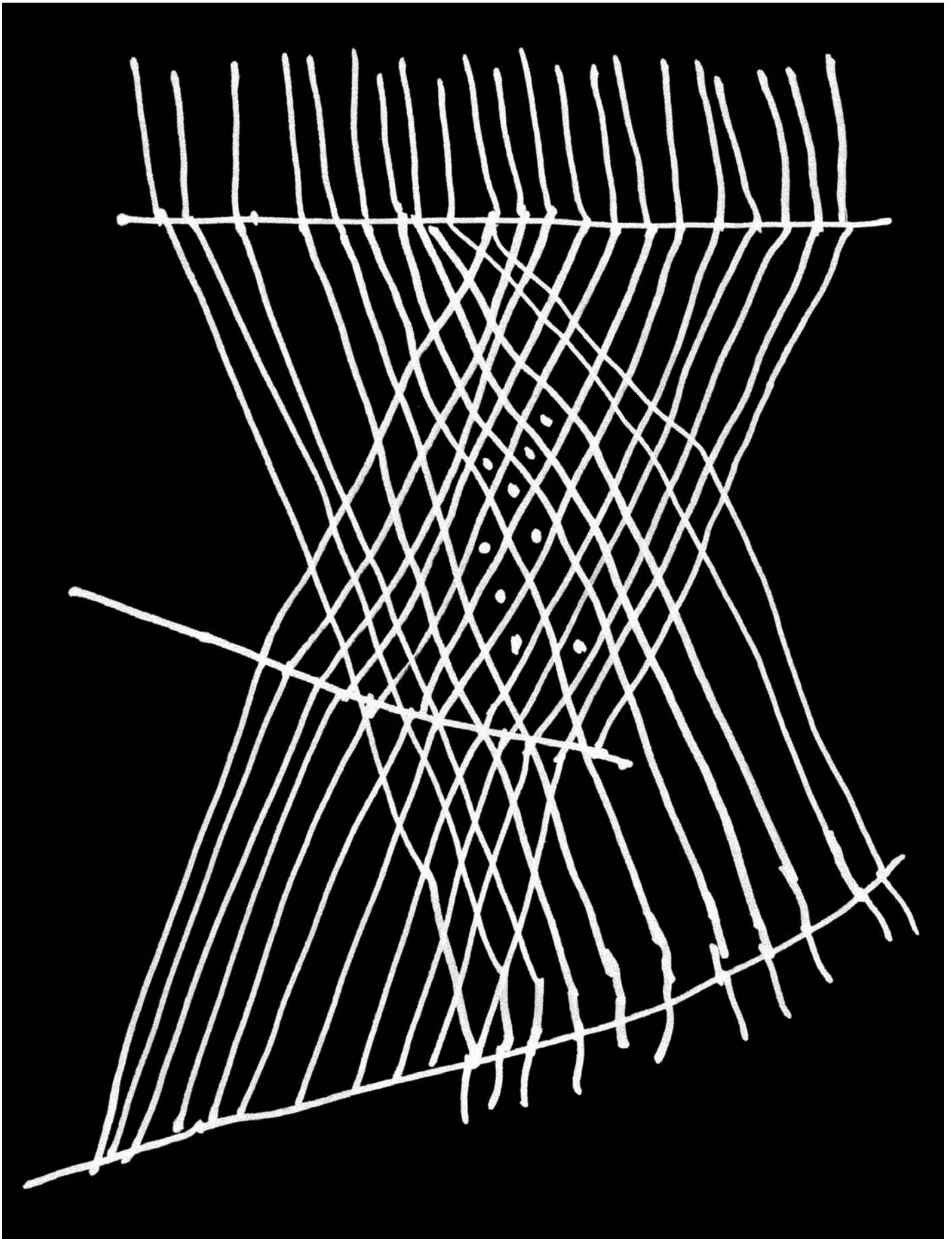
La segunda reivindica su papel en la construcción de un nuevo modelo comunicacional que tiene gran injerencia en el desarrollo comunitario. Ambas posiciones aceptan que el gobierno del presidente Chávez ha asumido la promoción y desarrollo de los MAC. Este estudio analiza las líneas diseñadas para este sector. Asimismo, explora los alcances de éstas y la manera como contribuyen o no a fomentar la creencia sobre un posible “tinte chavista” de estos medios

■ **José Fernando Benítez M.**

En Venezuela ha sido el Estado a través del marco jurídico que ofrece la Constitución Nacional (1999), la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000) y el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público sin fines de lucro (2001) quien ha asumido la promoción, creación e impulso del Sistema de Medios Comunitarios y Alternativos.

Una de las primeras instituciones encargadas de impulsar una política cultural comunitaria y participativa para el área de comunicación y poder local fue la Unidad de Comunicación Alternativa de Fundarte¹ en el Municipio Libertador. El proyecto permitió la creación de las radioemisoras comunitarias *Radio Alí Primera*, *Radio Macarao* y *Radio Senderos de Antímano*. También hizo posible la creación de periódicos comunitarios como *El Clarín de San Juan* (Parroquia San Juan), *El Torrense* (Parroquia La Vega), *23 en Positivo* (Parroquia 23 de Enero), *Epa Parroquia* (El Recreo), así como cines clubes en las parroquias 23 de Enero, El Valle, La Vega y Caricuao.

Con la creación del Ministerio de Comunicación e Información (MCI) el 19 de agosto de 2002, la promoción, desarrollo y consolidación de los medios alternativos y comunitarios se concentra en este despacho y pasa a ser uno de sus objetivos estratégicos. Sin embargo, este objetivo, según el primer titular del ministerio, William Lara, no transformaría la actividad de apoyo por parte del Estado en una acción tutelar, tal “como ocurrió por muchos años con los medios privados en los anteriores gobiernos de turno”². Para Lara:



Galería de Papel. Dibujo Yanomami. Asidowateri, Edo. Amazonas 1991

El Gobierno venezolano tiene conciencia cierta de que apoyar a los medios comunitarios y alternativos es una forma de contribuir con la emancipación definitiva del pueblo venezolano. Aprovechó el momento para exhortar a los presentes a que ‘sigan siendo libres, autónomos e independientes’.³

Esto nos lleva a afirmar que aún cuando actualmente el Estado venezolano asume la promoción y desarrollo de los medios alternativos y comunitarios como parte de su política comunicacional, se garantiza la independencia y autonomía de éstos con respecto al Estado. En esa misma medida, se apoyan las formas de organización y las propuestas que pudieran surgir para ejercer la comunicación libre y plural prescrita en la legislación venezolana. Así fue ratificado por el Estado venezolano en el Seminario “La Comunicación Pública en el proceso de integración Regional”, realizado en enero de 2007 en la ciudad de Buenos Aires, evento organizado por la Reunión Especializada de Comunicación Social (RECS) del MERCOSUR. En este evento, Venezuela dejó claro que:

Los medios no tienen sentido si no son vehículos de un mensaje transformador, de un mensaje de calidad, capaz de abrir puertas al desarrollo de una nueva conciencia social, si no logran movilizar políticamente, pero también informar, orientar y desarrollar espiritualmente al pueblo, con contenidos de recreación, de cultura, de educación.⁴

Garantizar libertad, autonomía e independencia a los MAC es todo lo contrario de obligar a un medio a hacer proselitismo o partidismo. La política del Estado en este sentido tiende a ratificar el ejercicio individual y colectivo a la comunicación libre y plural expuesto en las leyes que regulan el sector alternativo y comunitario.

Dentro de esta concepción resulta imprescindible para el gobierno, desarrollar planes en pro de “democratizar la capacidad de emisión de nuevos mensajes”.⁵ Es decir, los mensajes deben promover la solidaridad, honestidad y el bien común. Se trata de promover una visión socialista de la comunicación que centra su planteamiento en la recuperación del espacio público, la participación y en el ejercicio de la soberanía popular para la construcción del nuevo poder comunicacional.

Es necesario aclarar que dentro de los planes que se establecen para lograr tal democratización no existe una propuesta de contenidos más allá de los valores que hemos mencionado arriba, valores que han si-

“

Garantizar libertad, autonomía e independencia a los MAC es todo lo contrario de obligar a un medio a hacer proselitismo o partidismo.

La política del Estado en este sentido tiende a ratificar el ejercicio individual y colectivo a la comunicación libre y plural expuesto en las leyes que regulan el sector alternativo y comunitario

”

do definidos como socialistas en un sentido estrictamente humanista y necesarios para el proyecto político llamado revolución bolivariana. No encontramos dentro de la propuesta gubernamental una intención política de otra índole, aunque entendemos que pueden interpretarse como tendenciosa y proselitista a favor de los actores políticos que gobiernan el país. En este sentido, el gobierno parece mantenerse lejos de controlar los contenidos dentro de los MAC y éstos mantienen un carácter autónomo respecto al gobierno.

Dentro de los planes para hacer posible la democratización a la que hemos hecho referencia se han seguido algunas estrategias tales como: el programa de dotación de equipos técnicos, la formación y capacitación de los-as productores nacionales independientes, la asignación de pautas publicitarias, la vinculación y apoyo de actividades de las redes, bloques o asociaciones que han surgido del movimiento de medios alternativos y comunitarios⁶ y la creación del Premio Nacional a la Comunicación Alternativa y Comunitaria a partir de 2006.

La recepción de equipos, soporte técnico o una pauta publicitaria no genera ningún compromiso que le impida a los MAC, reflejar las realidades comunitarias que afectan negativamente o sobrevaloren la imagen del gobierno. En este sentido, la autonomía e independencia del medio

queda limitada en la medida en que los colectivos alternativos y comunitarios crean que recibir apoyo implica comprometer los contenidos.

Para María Angélica Toro, directora general de medios alternativos y comunitarios del MinCI, hay medios que asumen que recibir una pauta publicitaria significa “que hay que echar flores al gobierno”. No se trata de eso, se trata de crear mensajes críticos y no de la tribuna panfletaria. De manera que, dentro del plan de democratización de la comunicación no existe un lineamiento que comprometa a los medios alternativos y comunitarios. Todo lo contrario, el apoyo que brinda el gobierno debe servir para el ejercicio de su libertad, autonomía e independencia.

En 2008, el esfuerzo de democratización, asumido por la Dirección General de Medios Alternativos y Comunitarios del MinCI (DGMAC) se ha traducido en varias acciones:

- a- La implementación del convenio Cuba-Venezuela, el cual permite la formación en radio, televisión e impresos de los-as productores-as de los MAC,
- b- la actualización de la base de datos de MAC,
- c- la alianza con CANTV para el apoyo de la pauta publicitaria en algunos MAC,
- d- la visita a 127 MAC hasta finales de agosto de 2008 con la finalidad de hacer seguimiento y acompañamiento de la dotación y apoyos brindados,
- e- la implementación del *plan voz*, que tiene como objetivo la promoción del servicio telefonía móvil dirigida a todos los-as reporteros-as,
- f- la conclusión del programa de dotación de equipos técnicos,
- g- el estudio de las vías para crear comités de usuarios y usuarias en las regiones que puedan hacer el seguimiento de los medios en virtud de la reducida capacidad de atención que tiene la Dirección del MinCI y, finalmente,
- h- el más importante de los alcances gubernamentales: el respaldo a la creación del Sistema Público Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria.

Una de las acciones más importantes que la DGMAC del MinCI ha desarrollado en este sentido, ha sido el apoyo a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela (CONATEL), organismo encar-

gado de administrar y habilitar las frecuencias del espectro radioeléctrico a las fundaciones comunitarias que realizan solicitudes para radio o televisión, en términos de agilizar los procesos de otorgamiento de concesiones a los MAC. Sobre este aspecto, la situación de mora sobre respuestas en este ámbito desde 2002 hasta el 2008 sigue siendo alarmante. Una revisión a las hojas de cálculo que reposan en el sitio web de CONATEL para la fecha de redacción de este estudio, nos permite constatar que hasta 2005 existían 357 solicitudes sin adjudicación. De éstas, 13 son televisoras y radiodifusoras conjuntamente, 6 son televisoras y 338 son radioemisoras.⁷ Desde agosto de 2007 hasta el presente se desconoce qué ha ocurrido con el resto de las solicitudes. La cifra aportada por la DGMAC estima en 600 las solicitudes por atender. Mientras estas son las cifras que esperan por atención, CONATEL y MinCI coinciden que hasta enero de 2008 el número de medios habilitados desde 2002 es de 266, de los cuales, 35 son televisoras y 231 son radioemisoras, siendo las regiones de Zulia, Mérida y Miranda las que mayor número de habilitaciones han recibido. (Cuadro 1 y Gráfico 1)

El trabajo conjunto entre MinCI y CONATEL ha consistido en revisar la disponibilidad del espectro y las solicitudes recibidas por estado. Por un lado, el estudio técnico lo ejecuta la Comisión, mientras que la Dirección “da el visto bueno político y social”⁸. Los criterios que caracterizan este *visto bueno* son la propuesta de intermediación social, de una conciencia social, de compromiso colectivo, de promoción de identidad y memoria histórica y la necesidad comunicacional de los sectores geográficos. El proyecto ideal desde la visión gubernamental es aquel que cumpla un “gran trabajo de articulación y de impulso con sus comunidades, trabajar de la mano de éstas”.⁹

Trabajar de la mano de las comunidades lleva al reconocimiento de los actores sociales, políticos, económicos, culturales de la misma comunidad y no al reconocimiento de un sector de ésta.

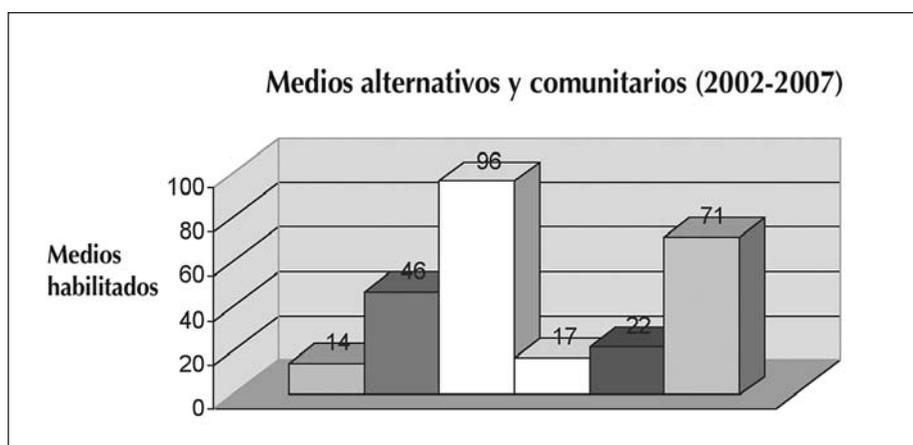
Las cifras de solicitudes de habilitación que presentamos en este estudio habrán disminuido al cierre de 2008 en la medida en que el trabajo conjunto entre MinCI y CONATEL progresa. Una de las alternativas encontradas por los dos organismos para resolver el conflicto de dos solicitudes para una zona que sólo cuenta con una frecuencia en el espectro es la de proponer una fusión entre las dos fundaciones solicitantes. Sin embargo, será dentro de algunos meses cuando podamos saber cuál ha

CUADRO N°. 1
Resumen medios comunitarios enero de 2008

Medios Comunitarios Habilitados	266
Población de Venezuela (fuente Censo 2001)	23.232.553
Población atendida por Medios Comunitarios	17.048.585
Porcentaje de población atendida con respecto al total Nacional (%)	73,38
Municipios de Venezuela	335
Municipios atendidos por Medios Comunitarios	159
Porcentaje de municipios atendida con respecto al total Nacional (%)	47,46
Superficie de Venezuela (Km2)	916.445
Superficie de Municipios atendidos por Medios Comunitarios	430.580
Superficie atendida con respecto al total Nacional (%)	46,98

Fuente: Dirección General de Medios alternativos y comunitarios. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. 2008 Comunicación y la Información. 2008

GRÁFICO 1



Fuente: Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones e Informática

sido el resultado de estas líneas gubernamentales.

UN PARÉNTESIS PARA HABLAR DEL PREMIO A LA COMUNICACIÓN POPULAR ALTERNATIVA Y COMUNITARIA

Por tercer año consecutivo el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MinCI) organizó la tercera edición del Premio Nacional a la Comunicación Popular Alternativa y Comunitaria. El premio tiene como propósito estimular y reconocer los esfuerzos que realizan los colectivos de comunicación alternativa y comunitaria. Las áreas de la comunicación que se premian son: radio, televisión, impresos, digital y una última área: expresiones muralísticas, incluida para la edición 2008. Para la edición de 2008 se contaron con 77 colectivos participantes provenientes de 14 estados del país, para un total de 285 trabajos presentados, de los

cuales 206 eran impresos, 37 del área radial, 36 de televisión y 6 medios digitales¹⁰.

Entre los criterios para la adjudicación de los premios se encuentran: el rol del medio como difusor y organizador comunitario, la promoción de mensajes críticos, la proyección de la memoria histórica y el mantenimiento en el tiempo de los esfuerzos comunicacionales. Para la Dirección General de Medios Alternativos y Comunitarios del MinCI (DGMAC) éste es uno de los estímulos más importantes para el sector y esperan continuar con su proyección.

HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE UN SISTEMA PÚBLICO NACIONAL

En la actualidad el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información conjuntamente con representantes de los medios alternativos y comunitarios, voceros de los consejos comuna-

les, estudiantes de comunicación y productores nacionales independientes, entre otros-as, trabajan en una propuesta para la creación del Sistema Público Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria¹¹ que forma parte de una política de aplicación de las *Tres R: Revisión, Rectificación y Reimpulso* propuesta por el Presidente de la República para el 2008.

La propuesta de creación de este Sistema Público Nacional aunque ha estado acompañado por el MINCI, como parte de la aplicación de las *Tres R*, es el resultado de discusiones que se han venido generando a lo largo de estos últimos años en los colectivos de comunicación popular y alternativa de las regiones y que finalmente se logran reunir en un documento que recientemente publicó el MINCI en su web site www.minci.gov.ve. De este documento se desprenden las 6 líneas para y desde el sector de medios alternativos y comunitarios de Venezuela. Estas líneas son: formación, producción de contenidos, plataforma tecnológica, articulación institucional, interrelación de los actores y sostenibilidad.

El Sistema tiene como propósito favorecer la construcción del poder comunicacional del pueblo desde principios de inclusión, socialización, participación, integración, humanismo y legitimación social. La propuesta no busca promover versiones oficiales, surge de una discusión colectiva y en sus líneas se exponen necesidades e ideales para el sector.

Para Andrés Izarra, actual ministro del despacho de Comunicación e Información, este sistema de comunicación deberá... “tener como objetivos la creación de una nueva cultura por la recuperación de los valores morales y el logro de una nueva cultura en las comunidades que permita construir una sociedad con igualdad, con justicia, en paz, socialista”¹².

Las 6 líneas buscan generar procesos de *formación* (línea 1) constante de los y las productores-as comunitarios. Para ello, además de acudir a talleres de formación y que éstos a su vez sirvan para que los y las participantes se conviertan en multiplicadores en sus respectivas comunidades, el Sistema Público Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria supone alianzas que permitan profundizar la formación a través de la creación de un Diplomado en Comunicación Popular y Alternativa con la Universidad Bolivariana de Venezuela, la alianza con el INCES y finalmente la creación de un centro de formación y capacitación por regiones.

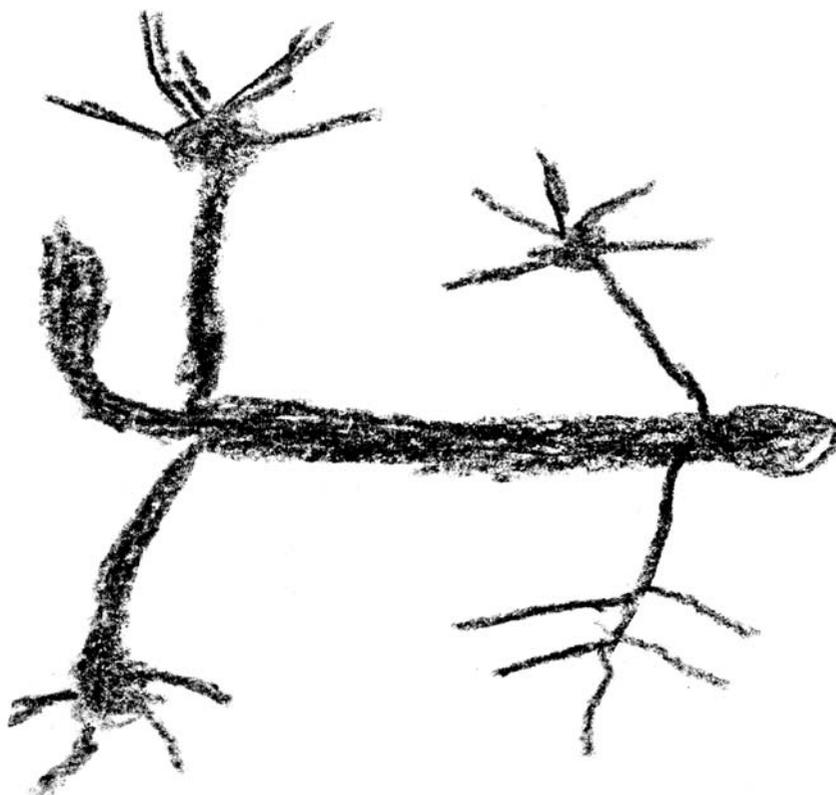
Estas tres vías de formación buscan reforzar no sólo los aspectos técnicos que deben manejar los y las productores-as sino también abrir la permanente discusión y análisis sobre el rol de intermediación social que tienen estos medios. Estas vías para la formación surgen como respuesta a una gran inquietud: cómo concebir propuestas que en sus contenidos y en su estética sean innovadoras cuando los únicos referentes comunicacionales se encuentran en los medios privados y estatales. Es por ello, que la formación es un proceso que debe acompañar permanentemente a los MAC.

De lo que se trata es de formar a la gente para que pueda generar la participación no sólo de sí mismo-a sino también de los y las vecinos-as en la toma de decisiones que afecten o permitan mejorar la calidad de vida en su comunidad. Esta concepción implica que el sujeto-colectivo rompa con la estructura de representatividad para concebirse desde una estructura de participación y construcción constante. La participación no es para defender al gobierno de turno sino para ver cómo desde nuestras realidades podemos pensar-*nos* hasta llegar a la acción transformadora y liberadora de la conciencia. Aquella que permite que cada uno-a, reflexione, analice y elija libremente.

En este sentido, la *producción de contenidos* (línea 2) debe ser reflejo del proceso de formación. Según María A. Toro, “el papel del medio es el de ser una caja de resonancia de lo que pasa en la comunidad”¹³. Los MAC deben ser los espacios para difundir, organizar, fortalecer y movilizar a esas comunidades. No se trata de copiar los esquemas de la radio, la televisión o la prensa tradicional, se trata de crear nuevas alternativas de programación y en éstas, de participación de la gente.

Desde la propuesta de creación de este Sistema Público Nacional, el ejercicio de empoderamiento desde los MAC pasa por la ruptura de la dependencia tecnológica para la creación de una plataforma (línea 3) capaz de garantizar el desarrollo del sector. Esta línea supone la acción del Estado en la independencia tecnológica y en la corresponsabilidad que le atañe a través de la red de alcaldías, gobernaciones, ministerios, institutos, fundaciones, como parte de los actores (línea 4) llamadas a coadyuvar en la ruptura de las relaciones de dependencia económicas capitalistas que impiden crear un nuevo modelo comunicacional (línea 5 y 6).

En el (cuadro 2) se puede apreciar el fundamento de cada línea y la manera como puede implementarse:



CUADRO N° 2
Bases para el sistema público nacional de comunicación popular, alternativa y comunitaria de Venezuela

Línea	Fundamento	Implementación
<p>1- Formación</p>	<p>“La orientación educativa del SNCPAC propone un modelo de formación integral, socialista y permanente que supere la visión de los MAC como un medio de respuesta, para convertirse en un centro de encuentro y enseñanza donde se compartan las experiencias y saberes de la comunicación popular, alternativa y comunitaria y generar a la vez conocimiento, bajo una metodología de “aprender haciendo”. p. 4.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de una escuela de formación y capacitación. ● Alianza con el INCES. ● Diplomado en Comunicación Comunitaria ● Creación de un centro de producción comunitario. ● Propiciar encuentros de saberes para el debate sobre la relación entre la comunicación y la educación, la construcción colectiva, liberadora y teórica del hecho comunicacional.
<p>2- Producción de Contenido</p>	<p>“La orientación de la producción de contenidos dentro del SNCPAC está signada por la misma naturaleza de la comunicación popular, alternativa y comunitaria” ... p.6</p> <p>... “se propone un mensaje integrador, humanista, no excluyente, ni discriminatorio, donde se promuevan la soberanía, el sentido de pertenencia, los valores históricos, pluriétnicos y culturales nacionales, desde una perspectiva propositiva y fresca”. p.6</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Producción de programa en una región para mostrar la historia local y particularidades. ● Producción de mensajes efectivos para que el pueblo pueda desmontar los discursos dominantes, discriminatorios, racistas y otros. ● Unificación de una línea editorial para defender la soberanía comunicacional. ● Difusión de mensajes y noticias que visibilicen a la comunidad, sus logros y necesidades en su entorno local, regional, nacional. ● Construcción colectiva de un código de ética para el ejercicio de la comunicación popular, alternativa y comunitaria.
<p>3- Plataforma Tecnológica</p>	<p>Se requiere “la acción política del Estado para diseñar una plataforma tecnológica óptima que permita la independencia tecnológica y el desarrollo y difusión de la comunicación popular, alternativa y comunitaria”. p.8</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Instalación de una sala situacional que garantice la interconexión entre los actores comprometidos con el ejercicio de la soberanía comunicacional. ● Activación de mecanismos de comunicación con medios de comunicación nacional, a manera de mantener una interacción permanente y garantizar un servicio público de la comunicación. ● Articulación con los entes creados nacionalmente para el acercamiento y uso de las TIC a las comunidades, con una función social, como son: infocentros, puntos de acceso, centros tecnológicos del Estado y NudéTel entre otros, ● Creación de franja en radio y tv, de señal abierta (en RNV y VIVE, TVes, VTV y otros) para la transmisión de programación. ● Creación de un sistema de transmisión Web para una transmisión y difusión con un alcance mundial. ● Impulso de iniciativas de integración latinoamericana para romper con el cerco mediático desde la región. ● Asesoría tecnológica desde los entes del Estado (CONATEL, Red TV y otros) para mejorar la señal de radio y Tv. ● Inserción de los medios alternativos y comunitarios en el satélite Simón Bolívar.

Línea	Fundamento	Implementación
<p>4. Inter-relación de los actores</p>	<p>“Son considerados como actores del SNCPAC, los medios alternativos y comunitarios, comités de comunicación de los consejos comunales, mesas de telecomunicaciones, comités de usuarios, brigadas muralistas, estudiantes de comunicación, mesas técnicas estudiantiles, reporteros comunitarios, cines comunitarios, voces sociales, populares y comunales del país”. p.11</p> <p>“Se procura en cada región, el engranaje de todas las entidades públicas, medios alternativos y comunitarios, consejos comunales y comunidad funcionando de manera articulada. p.11</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Establecer como instancia de participación, las asambleas de voceros de la comunicación popular y mesas de comunicación, circuitos, comunas funcionales, comisiones, comités, equipos promotores, mesas técnicas y demás formas de relación en la comunicación popular, alternativa y comunitaria. ● Realización de foros, seminarios, conversatorios y encuentros permanentes a nivel local, municipal y regional, nacional e internacional para el intercambio de experiencias en comunicación popular, alternativa y comunitaria. ● Activación de mesas de trabajo orientadas a promover los mecanismos de integración de los diferentes medios alternativos y demás comunicadores populares. ● Crear batallones informativos o guerrillas de comunicadores populares que hagan frente a la amenaza del imperio y a la guerra mediática. ● Reimpulsar la participación de las comunidades, los movimientos sociales y populares en el proceso de comunicación popular. ● Crear un registro único de información regional, a partir de un diagnóstico e inventario de recursos con los que cuenta la comunidad, las instituciones públicas. ● Creación de centros de producción regional, que implique la generación y distribución de noticias, experiencias y productos comunicacionales, sala situacional, producción en radio, TV e impresos.
<p>5. Sostenibilidad</p>	<p>La propuesta de sostenibilidad “va más allá de los recursos económicos y del bienestar social, superando la concepción del término sostenible, sinónimo de sustentable o perdurable. Se hallan también elementos de actualización tecnológica y de legitimación del medio (radio, televisión, impresos, digitales), ante la comunidad organizada. La sostenibilidad propuesta, es parte de una acción política del Estado; pero entendida como un ejercicio corresponsable de la comunidad y sus respectivos comunicadores populares, por lo que reinventa entonces, otros métodos. Siendo que la comunicación popular, alternativa y comunitaria, es un modelo de lucha por la soberanía comunicacional que pretende romper con las relaciones capitalistas, de dependencia económica, en una guerra mediática”. p. 13</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Diversificación de la oferta de los MAC a través de la facilitación de talleres, elaboración de páginas Web, asesorías, conferencias, cursos, editorial y reproducción de material POP, campañas muralistas, pancartas, desarrollo de líneas de investigación. ● Creación de fondos de previsión para comunicadores populares, alternativos y comunitarios ● Financiamiento por parte del Banco Comunal, a proyectos dirigidos a la promoción y formación del medio y la comunidad. ● Financiamiento a proyectos de expansión, adecuación física, equipamiento y formación. ● Asignación de recursos por presupuesto participativo anual. ● Desarrollar desde las comunidades organizadas y los MAC la imprenta cultural comunal. ● Centralización de las pautas publicitarias: se trata de centralizar y darle coherencia al mecanismo tradicional desde el siglo XIX para el sostenimiento de los medios de comunicación de naturaleza mercantil, la pauta publicitaria. Durante estos nueve (9) años, el Estado ha mantenido este mecanismo, pero carente de criterios políticos y económicos ajustados a la naturaleza de los MAC. ● Convenios como mecanismos para garantizar un mayor apoyo de organismos nacionales, regionales y municipales a los medios alternativos y comunitarios.

6. Articulación Institucional

“Se convierte en un llamado a todos los entes del Estado que tienen la orientación de sus políticas y programas hacia la comunicación popular, alternativa y comunitaria a ejercer un papel más coordinado, articulado, preponderante y coherente para impulsar con éxito los proyectos comunicacionales de iniciativa popular”.
p.16

- Potenciación de las oficinas regionales de información (MINCI Y CONATEL).
- Promover la revisión y transformación de los marcos que rigen legalmente la comunicación popular, alterna y comunitaria.
- Reglamentar aspectos hasta ahora no regidos por ninguna ley y que afectan igualmente el ejercicio pleno para la soberanía comunicacional.
- Activar mecanismos eficientes de seguimiento y control de programas y proyectos impulsados desde el Estado.
- Promover formas estratégicas de integración entre las instituciones del Estado.
- Creación de un sistema único de información, gestión y seguimiento de las trayectorias de los comunicadores populares: medios alternativos y comunitarios, voceros de comunicación e instituciones y organizaciones sociales vinculadas.

CONCLUSIÓN

En este artículo hemos presentado las características de la política desarrollada por el gobierno bolivariano para los medios alternativos y comunitarios en Venezuela. Ésta no es una propuesta aislada de los intereses y necesidades de los colectivos alternativos y comunitarios. Por el contrario, surge del debate y análisis regional que ha podido hacerse en los últimos años y recientemente en los encuentros realizados para la creación del Sistema Público Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria.

La propuesta de SPNCPAC aborda 6 áreas de interés para los colectivos de MAC. Ésta continúa siendo alimentada en la medida en que surgen nuevas reflexiones y experiencias. La discusión no está concluida y aún queda por construir.

Dentro de las estrategias que se han implementado para atender al sector, los puntos críticos parecen resumirse en dos: el primero, las solicitudes de habilitación que siguen a la espera de respuesta, pero que como hemos mencionado existe la intención de darles contestación. El segundo, no existe más que una propuesta para incorporar a los comités de usuarios-as en el acompañamiento y seguimiento a los MAC. En este sentido, la participación popular es fundamental para que los medios alternativos y comunitarios trabajen en pro de los intereses de las comunidades y no se transformen en tribunas partidistas.

Sobre la preocupación que pudiera existir sobre si las líneas gubernamentales contribuyen o no a fomentar la creencia sobre un posible “*tinte chavista*” de estos medios, podemos decir que el Estado no fomenta ni emite lineamientos que puedan considerarse proselitistas, partidistas o que defiendan al presidente Chávez. Los lineamientos gubernamentales tienden a apoyar y defender la libertad, autonomía e independencia de los MAC y en un ámbito mayor, la democratización de las comunicaciones.

Recibir una pauta publicitaria no debe generar en los MAC un compromiso partidista que le lleve a censurar o sobrevalorar la imagen del gobierno. Ésta es una de las grandes preocupaciones que desde la línea de formación sigue siendo debatida. El rol de los MAC debe ser de intermediación social, de promoción de mensajes críticos, de liberación de la conciencia, de rescate de la identidad local y memoria histórica y de tribuna de expresión de los múltiples actores comunitarios.

■ José Fernando Benítez
Publicista. Historiador. Candidato a Magíster en Comunicación Social por la Universidad Central de Venezuela. Profesor del Programa de Formación de Grado en Comunicación Social de la Universidad Bolivariana de Venezuela



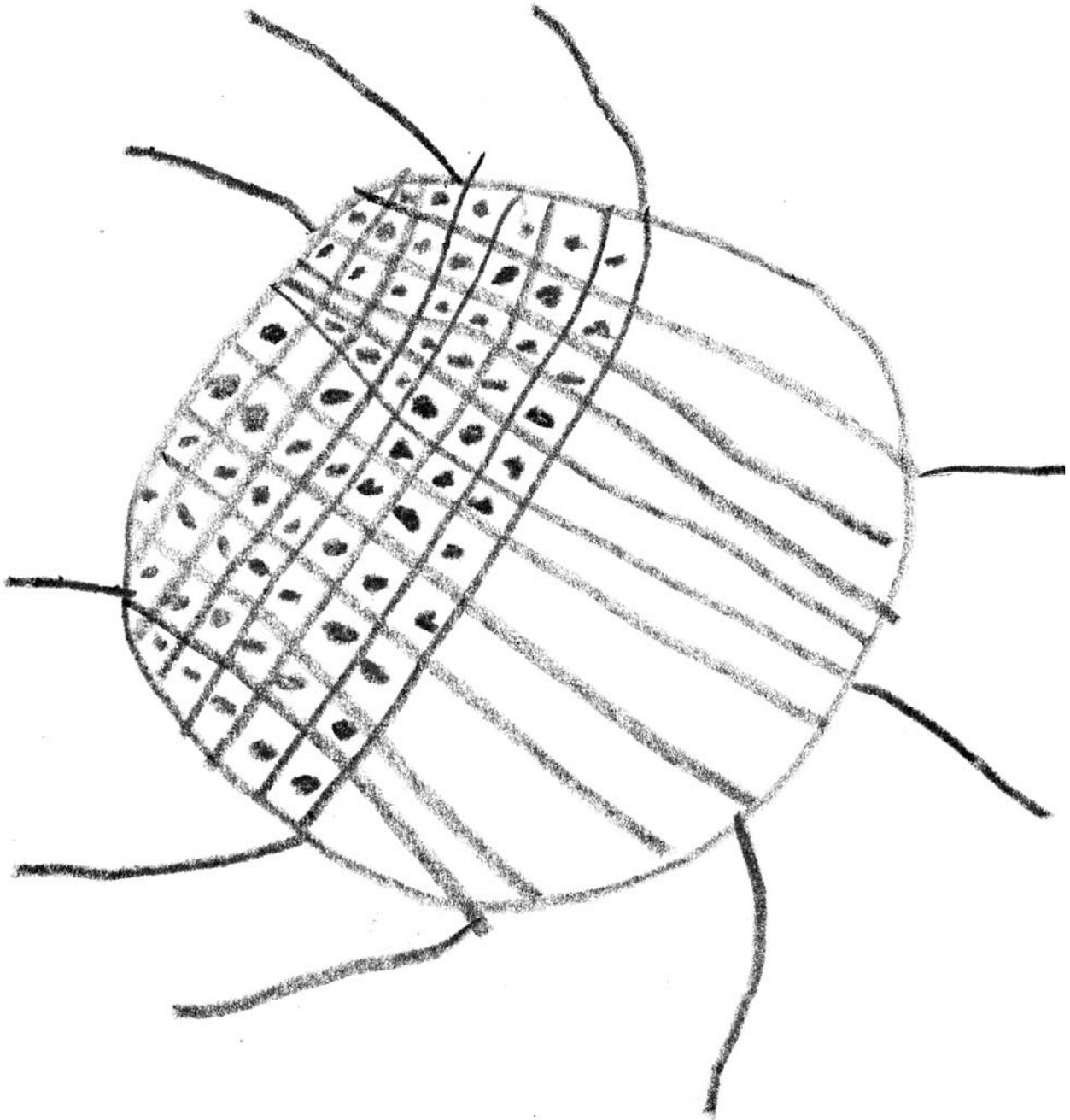
Referencias

- Comisión Nacional de Telecomunicaciones (2008): [Página web en línea]. Disponible: <http://www.conatel.gov.ve> [Consulta: 2008, Agosto]
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones (2000): *Radiodifusoras de Interés Social*. [Guía para la presentación de diapositivas en Power Point]. Caracas: CONATEL.
- DELGADO, D. (2008, Julio 4): “Chávez llama a derrotar el poder mediático del imperio”. *Últimas Noticias*, p. 17.
- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (2008): [Página web en línea]. Disponible: <http://www.minci.gov.ve> [Consulta: 2008, Agosto]
- MinCI (2008, agosto 11): *El desarrollo de los medios plantea nuevas estrategias en la Comunicación Política*. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. [Página web en línea]. Disponible: http://www.minci.gob.ve/entrevistas/31182191/el_desarrollo_de.html [Consulta: 2008, Agosto 11].
- MinCI (2008, agosto 8): *Prorrogado hasta el 15 de agosto Plan Voz de Movilnet para medios comunitarios*. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. [Página web en línea]. Disponible: http://www.minci.gob.ve/noticias_medios_nacionales/26/182119/prorrogado_hasta_el.html [Consulta: 2008, Agosto 9].
- Ministerio de Comunicación e Información (2007, enero): Los medios alternativos y comunitarios en Venezuela. [Diapositivas en Power Point]. *Seminario “La Comunicación Pública en el proceso de integración Regional” de Mercosur*, Buenos Aires.
- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (2008): Sistema Público Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria. [Documento en Línea]. Disponible: http://www.minci.gob.ve/convocatorias_-_medios/44/177010/sistema_publico_nacional.html [Consulta: 2008, Agosto 15]
- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (2008, enero): *Cuadro Resumen medios comunitarios Enero 2008*. [Resumen en base electrónica]. Disponible: Dirección General de Medios Alternativos y Comunitarios. MinCI.
- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (2008, julio): *Cronograma de Instalación* [Resumen en base electrónica]. Disponible: Dirección General de Medios Alternativos y Comunitarios. MinCI.
- Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática (2008, abril): *Gráficas de FM y Tv UHF Nacional* [Resumen en base electrónica]. Disponible: Dirección General de Medios Alternativos y Comunitarios. MinCI.
- Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática (2007): *Número de medios comunitarios habilitados por año* [Resumen en base electrónica]. Disponible: Dirección General de Medios Alternativos y Comunitarios. MinCI.
- Pachano, C. (2007, noviembre 25): Emisoras en Miranda cual sardinas en lata. *Últimas Noticias*, p. 37.
- Prensa web RNV (2008, junio): “Ministro Izarra ratificó apoyo a radios alternativas y comunitarias”. *Radio Nacional de Venezuela* [Radio en Línea]. Disponible: <http://www.rnv.gov.ve/noticias/index.php?act=ST&f=2&t=69981> [Consulta: 2008, Junio 04]
- Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público sin fines de lucro. (Decreto No. 1.521). (2001, noviembre 03). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*, 37.359 (Extraordinario), enero 08. 2002.
- S/d. (2002, agosto 27): “Por una política cultural comunitaria”. *Reporte*. p.19.
- Sotillo Meneses, O. (2007, octubre): “Los MACs son la vía para llegar a la gente”. *La Mancha*, p.1.

Notas

- 1 Reporte. “Por una política cultural comunitaria”. Agosto 2002, 27. p.19.
- 2 RNV: [en línea], www.rnv.gov.ve/noticias/index.php?s=b25c1e5d3e960dd360d000261eb5b2aa&act=ST&f=2&t=46081&hl=
- 3 Idem.
- 4 MinCI. Los medios alternativos y comunitarios en Venezuela. p. 12.
- 5 Idem.
- 6 Entre estas asociaciones podemos mencionar: la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA), La Red Venezolana de Medios Alternativos y Comunitarios (RVMC), el Bloque Venezolano de Prensa Alternativa y El Bloque Bolivariano de Medios.
- 7 <http://www.conatel.gov.ve/>
- 8 M. Toro, entrevista personal, agosto 29, 2008.
- 9 RNV: [en línea], <http://www.rnv.gov.ve/noticias/index.php?act=ST&f=2&t=69981>
- 10 Rueda de Prensa. III Edición del Premio Nacional a la Comunicación Popular Alternativa y Comunitaria. junio 20, 2008.
- 11 MINCI: [en línea], http://www.minci.gob.ve/convocatorias_medios/44/177010/sistema_publico_nacional.html.
- 12 <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias/alba/25045>. Chávez fortalece televisoras comunitarias en once estados. Caracas, Venezuela. Agencia ABN. | febrero 13, 2008
- 13 M. Toro, entrevista personal, agosto 29, 2008.

* Fuente: http://www.minci.gob.ve/convocatorias_-_medios/44/177010/sistema_publico_nacional.html



de la prensa y medios regionales

Resumen

El estudio trata de presentarnos un mapa, a manera de diagnóstico inacabado, acerca de los medios regionales, con especial énfasis en la prensa. La investigación nos muestra la inserción de los medios regionales en el espacio cultural del país y da cuenta del crecimiento no sólo cuantitativo, sino de sus características cualitativas como industrias culturales modernas y en constante evolución.

Abstract

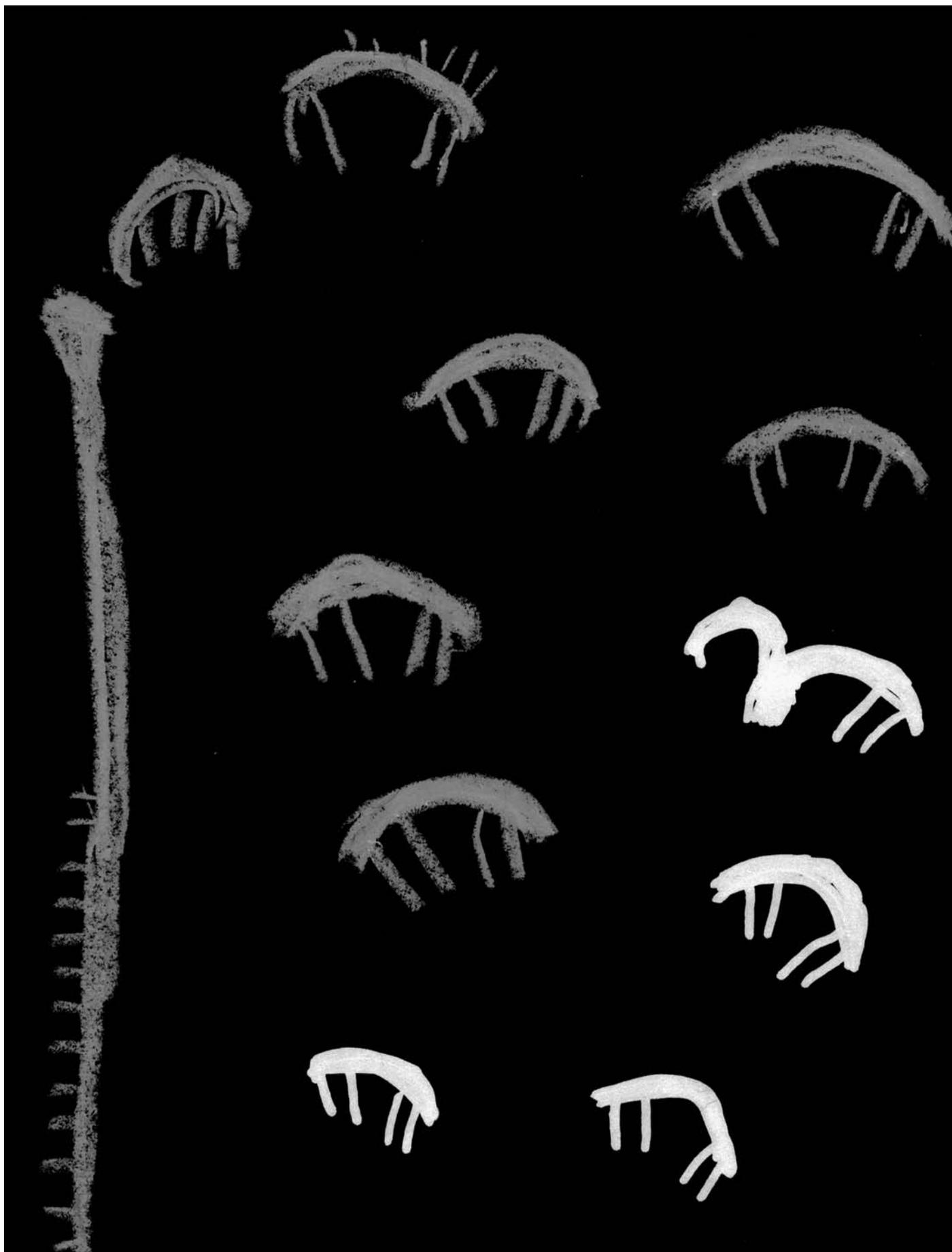
The study aims to present a map, like an unfinished diagnosis, about the regional media, with special emphasis in the press. The investigation shows the integration of regional media in the country's cultural space and gives an account of the growth not only quantitative but also of the qualitative characteristics, as they are moderns cultural industries and in constantly improvement.

■ **Rafael Quiñones**

I- LA PRENSA ESCRITA REGIONAL: REFLEJO DEL DESARROLLO INTERNO DEL PAÍS

Cumpliendo con el lugar común de rigor, podemos comenzar este artículo diciendo que la prensa en Venezuela ha estado cambiando en los últimos años. Dicho cambio no reside de manera exclusiva en el diseño en torno a cómo formalmente deben presentarse las noticias ante el público, sino engloba a su vez los procedimientos para procesar y presentar los contenidos noticiosos. El periodismo moderno es una industria cultural en auge constante, donde desde 1975 existían en Venezuela unos 59 diarios impresos (10 de ellos de cobertura nacional y el resto de difusión provincial), mientras que en la actualidad se pueden contar alrededor de 111 diarios (de los cuales sólo 21 se editan en Caracas). Dicha industria está lejos de haber limitado su actividad a las urbes de mayor densidad demográfica del país, al contrario, se han esparcido endémicamente en todas las regiones de Venezuela. Diarios regionales como *Panorama*, *El Carabobeño*, *Notitarde* y el *Correo del Caroní*, entre otros, pueden concentrar tirajes que no tienen nada que envidiarle a los diarios más consolidados de Caracas, cuya circulación nacional es bien conocida.

La manera en que la industria periodística regional concentra su propiedad no es sustancialmente muy diferente a la de los diarios de circulación nacional: grupos familiares tradicionales que se han dedicado durante generaciones a la industria de la producción de noticias impresas o conglomerados de carácter oligopólico, donde un grupo empresarial específico busca diversificar sus bienes y servicios en el mercado venezolano dentro de los medios impresos. En dichos diarios de provincia no se ha evadido la necesidad de modernizar los procedimientos técnicos a través de la adopción de la informática y la innovación en materia de impresión. El proceso de descentralización administrativa del Estado, iniciada a princi-



Galería de Papel. Dibujo Yanomami. Asidowateri, Edo. Amazonas 1991

pio de la década de los 90, ha creado polos de generación de noticias y un mercado de consumo noticioso que ha estimulado el crecimiento acelerado de estos medios. De una década como la de los 40 donde sólo existían 21 diarios regionales, a principios del siglo XXI se registran alrededor de 86 diarios regionales, que en su conjunto concentran dos millones de ejemplares en circulación.

La actividad de los medios de comunicación regionales, lejos de servir de eco a las noticias reproducidas desde los medios de la capital de Venezuela, centran su actividad informativa en el ámbito local en que laboran. Su actividad rutinaria es hacer cobertura a los hechos noticiosos más relevantes de las regiones geográficas donde actúan y atienden a sus clientes locales, aunque progresivamente orientan su autopromoción por medio de agencias de publicidad caraqueñas. Los departamentos de medios de las grandes empresas del país han comenzado a recomendar a sus clientes la segmentación del mercado de acuerdo a las regiones geográficas del territorio, ya que la técnica de promocionar a través de diarios de circulación nacional estratégicamente se está volviendo menos efectiva.

En este contexto, la industria de la prensa regional ha estado evolucionando a la par de las nuevas exigencias técnicas y comerciales de la realidad periodística venezolana. Diarios editados en ciudades provinciales como Maracaibo, Valencia, Maracay, San Cristóbal, Barquisimeto, Ciudad Guayana y Barcelona, se han adaptado a las nuevas innovaciones tecnológicas de la industria periodística y han desarrollado ventajas comparativas en el terreno de su comercialización, frente a la hegemonía de los diarios de circulación nacional de origen capitalino. En el presente artículo haremos una reseña del status actual de la industria periodística en las diferentes regiones del país. Se procederá primeramente a dar un marco histórico introductorio que nos aclare la evolución de la prensa escrita en las regiones desde la década de los 40 hasta la actualidad, para proceder a un examen de los medios que operan en cada una de las regiones de Venezuela y cuales son sus características más resaltantes. El paso de los medios regionales desde la tradicional estructura patriarcal y artesanal a una dinámica de industria cultural en constante estado de actualización, ha originado nuevas realidades de indudable complejidad que merecen la atención por parte de los estudios en materia de comunicación en el país.

“

El paso de los medios regionales desde la tradicional estructura patriarcal y artesanal a una dinámica de industria cultural en constante estado de actualización, ha originado nuevas realidades de indudable complejidad que merecen la atención por parte de los estudios en materia de comunicación en el país

”

II- PRESPECTIVA HISTÓRICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA PERIFERIA VENEZOLANA

El crecimiento y consolidación de la prensa escrita regional está profundamente ligada al desarrollo económico de la Venezuela petrolera. La explotación del petróleo dentro del país posibilitó la existencia de una burguesía de provincia que estuviera en capacidad de sostener y desarrollar una industria mediática más allá de las fronteras de la ciudad de Caracas. En paralelo, la Venezuela petrolera posibilitó un proceso de industrialización y urbanización del país fuera de la ciudad capital, donde los índices de analfabetismo descendieron sustancialmente y las enfermedades de carácter endémico fueron controladas radicalmente, lo cual implicaba el desarrollo ulterior de las regiones y sus respectivas industrias periodísticas. El desarrollo implica mayores instituciones y organismos en funcionamiento en cada una de las regiones, que en consecuencia generan más hechos periodísticamente reseñables. Además, el incremento sostenido de la población y los servicios educativos para atenderla, incrementaba el número potencial de lectores, que no podían ver satisfechas sus demandas informativas a través de los diarios caraqueños, los cuales tenían una limitada co-

bertura de los hechos noticiosos de carácter provincial en Venezuela.

En 1946 se editaban con relativa regularidad en las regiones de Venezuela 14 diarios impresos, frente a ocho diarios caraqueños. Esta prensa provinciana estaba en situación de franca desventaja en relación a las publicaciones de origen capitalino debido a una serie de factores: la producción noticiosa era intensamente costosa, la publicidad oficial estaba centralizada en Caracas, los aportes publicitarios desde el sector privado eran escasos, el atraso económico regional imposibilitaba la expansión del mercado de lectores y la escasez de recursos humanos impedían la mejora de la calidad en la producción. Esto implicaba que a la prensa regional le era prácticamente imposible competir con la *gran prensa* caraqueña, ya que el escaso desarrollo industrial y comercial local imposibilitaba la existencia de una clientela privada que se promocionara a través de la publicidad de los periódicos. Adicionalmente, el Estado destinaba pocos esfuerzos y recursos al desarrollo de dicha industria en las regiones periféricas del país.

Pero a partir de la explotación del petróleo a gran escala por el Estado venezolano, en particular a partir de la década de los 70, y gracias a la evolución democrática del país, el subsidio estatal de la prensa escrita regional y el desarrollo inducido de las regiones por medio de los Planes de la Nación, permitieron el desarrollo vertiginoso de la prensa regional. Para 1946 existían en los diferentes estados del país 14 diarios cuya circulación podía darse el lujo de ser diaria: *El Luchador* (Bolívar), *Aborígen* y *El Carabobeño* (Carabobo), el diario *El Impulso* y *Trópico* (Lara), *El Vigilante* (Mérida), *La Agencia Comercial* (Sucre), *El Diario Católico*, *El Centinela*, *Fronteras* y *Vanguardia* (Táchira), y *La Columna* y *Panorama* (Zulia). En menos de 40 años, al menos 61 periódicos tenían aparición diaria, cuatro veces la cifra de 1946 y para el 2008, alrededor de 111 diarios, casi nueve veces la cifra de prensa escrita regional en Venezuela. Para 1946 los diarios se caracterizaban por una precariedad tanto en la forma como en el contenido, de escasas páginas debido a la incipiente actividad política, económica y cultural generada en las regiones durante la época.

El modesto flujo informativo de la prensa escrita de la primera mitad del siglo XX venezolano estaba cargado de reseñas de hechos locales unidos a una gran cantidad de noticias de origen extranjero. Una medición realizada en torno a trece periódicos

de 1946, donde se procesaron unas 487 noticias, arrojó como resultado que 206 noticias correspondían a reseñas de hechos locales (42,3% de la muestra), 154 eran de carácter internacional (31,7%) y el 26% restante entre noticias de índole nacional o regional. Las reseñas en el ámbito local podían limitarse a hechos cotidianos de la comunidad, desde accidentes hogareños, conflictos vecinales o relatos locales, que evidencian la existencia de comunidades sencillas que aún no estaban insertos en la dinámica despersonalizada de las grandes concentraciones urbanas.

El desarrollo económico regional, a través de la reinversión de los ingresos petroleros estatales en actividades productivas relacionadas con el sector agropecuario, la industria y el comercio, ha permitido el desarrollo acelerado de los diarios regionales. A partir de los 70 en particular, muchos diarios del interior del país equipararon su estructura y funcionamiento con el de la gran prensa capitalina: *Panorama*, *El Siglo*, *El Impulso* y *El Carabobeño*. (Ver cuadro 1)

En menos de 50 años, la proporción de diarios editados en el interior del territorio nacional pasó del 18% del total de los periódicos venezolanos, al 51% del total de los periódicos existentes en el país, mientras que desciende modestamente la prensa elaborada en Caracas. En 1946 cada uno de los 144.000 ejemplares era comprado por un venezolano distinto (sólo 3,28% de toda la población compraba un periódico regional), para la década de los 80 la circulación de la prensa regional se multiplicó en 16 veces y a su vez la población se cuadruplicó. Para mediados de los 80, el número de venezolanos que compra diarios regionales es de casi dos millones (el 13,54% de toda la población venezolana). Esto es comprensible cuando se toma en cuenta que para 1946, la mitad de la población mayor de 14 años era analfabeta (56% del total) mientras que para 1986 sólo el 12% no sabía leer ni escribir, además del incremento de los venezolanos con educación media y universitaria. Hace 40 años la circulación de la prensa elaborada en Caracas superaba con creces a la elaborada en las regiones. Periódicos como *El Universal*, *El Nacional*, *La Esfera* o *El Heraldo* tenían una circulación mayor, incluso en las mismas regiones que *El Carabobeño*, *Agencia Comercial* o *Panorama*. Para mediados de la década de los 80, el número de diarios regionales ocupa el 51% de toda la prensa nacional, frente al 49% restante de la industria periodística elaborada en la capital del país. (Ver cuadros 2 y 3)

CUADRO N° 1
Evolución del número de diarios y su tiraje de 1946 a 1990

Años	N° de diarios	Circulación total	Diarios Regionales	Circulación de Diarios Regionales	%
1946	21	144.000	15	26.400	18
1966	28	671.500	21	221.500	30
1976	62	1.722.054	51	693.900	40
1986	70	2.371.000	61	1.211.000	51
1990	81	No hay cifras	67	No hay cifras	

CUADRO N° 2
Circulación de la prensa diaria para el Año 1946

Editados en el interior	Nombre del periódico	Ejemplares	Editados en Caracas	Nombre del periódico	Ejemplares
	El Luchador	800		El Heraldo	12.000
	Aborígen	500		El Nacional	25.000
	El Carabobeño	4.000		El País	10.000
	El Diario	800		El Tiempo	5.000
	El Impulso	4.300		El Universal	35.000
	Trópico	500		La Esfera	5.000
	El Vigilante	600		La Religión	3.000
	Agencia Comercial	500		Últimas Noticias	20.000
	Diario Católico	800			
	El Centinela	800			
	Fronteras	500			
	Vanguardia	800			
	La Columna	1.500			
	Panorama	10.000			
Total		26.400			115.000

CUADRO N° 3
Circulación de diarios para 1986

Editados en el interior	Nombre del periódico	Ejemplares	Editados en Caracas	Nombre del periódico	Ejemplares
	Antorcha	22.000		El Diario de Caracas	7.000
	Diario de Oriente	8.000		El Nacional	62.400
	El Anaquense	4.500		La Religión	72.627
	El Tiempo (Puerto La Cruz)	16.000		Últimas Noticias	118.784
	La Noticia de Oriente	7.000			
	El Aragueño	50.000			
	El Imparcial	17.000			
	El Periódico	11.500			
	El Siglo	75.000			
	De Frente con Barinas	5.000			
	El Espacio	3.000			
	La Prensa	4.500			
	Correo del Caroní	36.000			
	Diario de la Tarde	12.000			
	El Bolivarense	17.000			
	El Expreso	26.000			
	El Pueblo de Guayana	15.000			
	Notidiario	15.000			
	Aborígen	3.000			
	El Carabobeño	72.000			
	Notitarde	63.000			





Editados en el interior	Caracas
Nombre del periódico	Nombre del periódico
Ejemplares	Ejemplares
Diario Puerto	10.000
El Falconiano	18.000
La Mañana	3.000
Médano	2.000
Diario La Prensa	10.000
El Nacionalista	15.000
El Diario	8.000
El Impulso	50.000
El Informador	35.000
Correo de los Andes	4.500
El Vigilante	12.000
Frontera	25.000
La Región de los Teques	5.000
La Voz de Guaremas	15.000
El Diario	4.000
El Oriental	5.000
El Sol de Maturín	10.000
Diario del Caribe	15.000
Diario de la Tarde	10.000
El Faro de Margarita	5.000
Sol de Margarita	10.000
Portuguesa a Diario	-
Última Hora	25.000
Diario de Carúpano	7.500
El Diario de Paria	1.000
El Satélite	1.000
Provincia	3.000
Región	15.000
Siglo 21	85.000
Diario Católico	23.000
Diario de La Nación	42.000
Diario Pueblo	15.000
Vanguardia	8.000
Diario de Los Andes	15.000
El Tiempo	30.000
La Noticia	5.500
Yaracuy al Día	38.000
Critica	70.000
La Columna	20.000
Panorama	130.000
Total	1.288.000
	260.811

En las últimas décadas los diarios regionales pasaron a ser de 14 en 1946, a 61 en 1986 y 111 para finales del 2007. A medida que surgieron nuevas empresas periodísticas en las diversas regiones del país, el capital invertido ascendió. Más que otros medios de origen capitalino, la prensa regional tiene las funciones de informar y orientar de acuerdo a las estructuras políticas, sean del gobierno central, el estatal y el local; tanto las respectivas esferas de gobierno como la de los más importantes partidos locales (los que tienen presencia en el poder ejecutivo, legislativo y municipal de la región). Debido a la descentralización progresiva de la administración pública, la prensa regional

ejerce un poder palpable sobre los poderes políticos locales y por lo tanto actúa en consecuencia para obtener beneficios de dicha situación, al igual que recíprocamente los poderes políticos locales hacen uso de los medios regionales para su promoción. En este proceso se genera una dinámica informativa donde la calidad de la información en determinadas circunstancias puede verse afectada para beneficiar determinado interés político, lo cual va limitando en muchas ocasiones la independencia de lo diario frente a los grupos de poder tanto locales como nacionales, atentando contra la democracia a nivel local. La descentralización del poder político de Caracas hacia las regiones repercutió en

un mayor crecimiento económico del interior del país y la generación de mayores hechos noticiosos, lo cual se tradujo en una mayor circulación y diversificación de los diarios regionales. Los diarios se vieron menos dependientes en cuanto a ingresos por publicidad y pudieron aumentar su superficie redaccional, ya que el aumento de la demanda de periódicos locales se tradujo en una mayor venta de diarios para el lector regional.

En síntesis, la prensa regional durante 60 años se ha desarrollado aceleradamente, gracias al progreso económico y social de Venezuela en general y de las regiones en particular. Esto ha permitido que la prensa diaria regional aumente su circulación y el número de periódicos diferentes, ya que el consumo de prensa escrita local es inmensamente superior al de la prensa nacional editada desde Caracas. Los periódicos privados dependen más de la publicidad privada que del patrocinio del Estado y se convierten por lo tanto en un marco floreciente a principios del siglo XXI tanto para el campo de la comunicación como un mercado económicamente rentable para la promoción de la publicidad privada de gran envergadura.

III- LOS MEDIOS EN LAS REGIONES: STATUS DE UNA REALIDAD COMPLEJA

Región nororiental

La industria periodística impresa de los estados Anzoátegui, Sucre y Nueva Esparta se concentra en los diarios *El Tiempo* (Anzoátegui), *Nueva Prensa de Oriente* (Anzoátegui), *Diario Región* (Sucre) y *El Sol de Margarita* (Nueva Esparta). Los tres primeros diarios mencionados circulan en los tres estados del oriente venezolano y otras regiones del país, convirtiéndose en elementos de referencia en el mercado periodístico de la región. *El Tiempo* se autocataloga como “El periódico del pueblo oriental”, fundado en el año de 1958 en la capital del estado Anzoátegui. Su circulación promedio ronda los 75.000 ejemplares de lunes a sábado, y los domingos esa cifra aumenta a 85.000 ejemplares. Su producción le permite tener tres ediciones diarias distintas: una dirigida al noroeste de la región, particularmente la costa; otra se destina a la región centro-sur de estos estados, donde se concentra la actividad ganadera; y por último una edición exclusiva para el estado Sucre. Todas las ediciones tienen su correspondiente portada, contraportada e información pertinente a cada localidad, obtenida por un competente equipo que se

ubica estratégicamente en cada localidad a trabajar.

Según los registros del periódico, el año pasado las ventas de *El Tiempo* experimentaron un aumento del 43% con respecto al 2006, teniendo como anunciantes publicitarios de mayor peso los sectores vinculados a las telecomunicaciones, banca y sector inmobiliario. Los estudios de mercado certifican que *El Tiempo* tiene alrededor del 83% de la lectoría en el oriente venezolano, contando los medios de cobertura nacional. Se intuye que el diario podría experimentar un crecimiento de alrededor del 35% este año, ubicándose como el diario de mayor desarrollo en la región oriental venezolana. *El Tiempo* posee suplementos infantiles como “Caballito de Mar” (con casi 20 años de publicación dentro de la revista), la revista dominical “Ardentía” (que empezó a publicarse en el año 2006) y también la dominical revista “Claro” en calidad de encartado, un producto de la Unión de Editores Independientes, entre cuyos socios fundadores están los diarios *El Tiempo* y *Panorama*.

En otro aspecto, *Nueva Prensa de Oriente* tiene una circulación de 20.000 ejemplares diarios que se reparten entre Anzoátegui y Nueva Esparta. Este joven diario tiene como fecha de fundación el año 2005. La publicación trata de conquistar su espacio en el mercado periodístico local, siendo el periódico que ofrece los sábados publicaciones humorísticas como “El Camaleón” de Graterolacho y los domingos la revista “Estampa Oriental”. Adicionalmente el periódico cada 15 días distribuye el suplemento “Destinos Turísticos” y tiene un encarte bimestral denominado “Vivir Mejor”. En el 2006 obtuvo ingresos alrededor de los 5,4 millones de bolívares fuertes, cifra que aumenta en el 2007 a 8,8 millones de bolívares fuertes. Los estudios del periódico estiman la posibilidad de crecimiento de hasta un 90% para el 2008. Entre las empresas que hacen publicidad en este diario oriental se encuentran PDVSA, Leo Burnett, Mindshare, Lowe & Partners/ Concept, Emka, Vapro Publicidad, McCann Erikson, Banco Mercantil y Banco Nacional de Crédito entre otros. Los proyectos futuros del periódico contemplan crear una edición exclusiva para el centro-sur del estado Anzoátegui, junto con la ampliación de la circulación en el estado Sucre e incrementar mejoras en el servicio de suscripciones al periódico.

El *Diario Región* tiene el radio de alcance más alto en toda la región nororiental de Venezuela. Esto es palpable cuando

“

El Sol de Margarita se prepara para incrementar su producción de acuerdo a la demanda de los lectores de la isla, donde progresivamente se dificulta encontrar los puntos de venta del periódico luego de las 9 de la mañana. Se desea también extender la cobertura del periódico a los demás estados del oriente del país, junto con una progresiva presencia en el mercado periodístico caraqueño, donde actualmente poseen 24 puntos de venta

”

se conoce que adicionalmente a la sede que tiene el periódico en la ciudad de Cumaná, tiene además sucursales en todo el oriente del país y en la ciudad de Caracas, garantizándose una cobertura absoluta de los estados Sucre, Anzoátegui, Monagas, Delta Amacuro, Nueva Esparta y a futuro, el estado Bolívar y Caracas. Su perfil presume de estar orientado a las clases populares de la región, con formato tipo tabloide a color y con secciones dedicadas de manera específica a las diversas localidades donde se vende el periódico. *Diario Región* se permite un tiraje diario que oscila entre los 50.000 y 53.000 ejemplares diarios, donde sus clasificados sirven como una de las fuentes primordiales de ingresos del periódico (lo cual garantiza que los mismos puedan verse en su página Web). Los lunes tiene como encartado un suplemento petrolero, mientras que los jueves hacen circular un encartado de corte turístico y los domingos tienen suplementos como “Ameno”, “El Manguareo” y “El Bagre”. El diario se fundó en 1974, lo cual en la actualidad los lleva a enfrentarse a una renovación en torno a su diseño, y el desarrollo de una nueva rotativa que posibilite la refinación del proceso de impresión y la ampliación en el número de páginas ante los deseos de incrementar el tiraje del periódico a 70.000 ejemplares.

El diario *El Sol de Margarita* tiene la hegemonía con relación a la circulación en el estado Nueva Esparta, con un tiraje de 30.000 ejemplares por parte de este periódico que fue fundado en 1972. El diario tiene como clientes a empresas como Rattan, Don Regalón, Sigo, Makro, Muebles Millennium, Grupos Boadas, Don Lobo, CANTV-Movilnet y Digitel entre algunos ejemplos. Su formato se caracteriza por ser tipo tabloide y full color, donde el cuerpo informativo se divide en diferentes secciones junto con suplementos diarios de Clasificados, Servicios y Deportes. Cuenta adicionalmente con suplementos de farándula, turismo y espectáculos cuya circulación se remite los días viernes y los domingos de la semana. *El Sol de Margarita* se prepara para incrementar su producción de acuerdo a la demanda de los lectores de la isla, donde progresivamente se dificulta encontrar los puntos de venta del periódico luego de las 9 de la mañana. Se desea también extender la cobertura del periódico a los demás estados del oriente del país, junto con una progresiva presencia en el mercado periodístico caraqueño, donde actualmente poseen 24 puntos de venta.

Dentro de los medios audiovisuales en la región, tiene presencia *Telecaribe* (con estudios en Margarita, Caracas y Puerto La Cruz) con un radio de alcance que llega a los estados Anzoátegui, Monagas, Carabobo, Nueva Esparta, Sucre y Aragua; y *TVO* (fundada en 1993) con una señal que abarca los estados Anzoátegui, Monagas, Nueva Esparta, Sucre y parcialmente Miranda y Guárico. En cuanto a medios radiales en el oriente del país, se encuentra *Venezuela Oriente 720* (fundada en 1972) cuyo alcance radioeléctrico cubre todo el oriente del país junto con Miranda, Vargas y una porción del estado Falcón; en frecuencia modulada se encuentra *Superesterio 98.1 FM*, su señal llega a los estados Nueva Esparta, el norte de Monagas, el norte de Anzoátegui, la región costera del estado Miranda y buena parte de las islas del Caribe; *Costa del Sol 93.1 FM* (que funciona desde 1995), tiene su cobertura principalmente en el estado Sucre; y el circuito *Radial News*, de corte noticioso, que recién ha empezado operaciones en la isla de Margarita y para el año que viene iniciará actividades en el estado Monagas.

Región zuliana

En el estado Zulia, el mercado periodístico se concentra principalmente en tres diarios: *Panorama* con un indudable liderazgo histórico en la región, *La Verdad* y el

Regional del Zulia. En menor medida los periódicos de cobertura nacional como *El Universal*, *El Nacional* y *Últimas Noticias* son una opción de compra los días domingo en la región zuliana. El diario *Panorama* fue fundado en 1914 en plena dictadura gomecista, siendo por ende el diario con mayor tradición en la región, lo cual le permite tener la mayor circulación en el Zulia y el centro-occidente del país, así como el segundo en el ámbito nacional. Se calculan que alrededor de 140.000 ejemplares circulan de lunes a viernes en estas regiones y los domingos esa cifra asciende a 170.000. *Panorama* pertenece al Grupo Editorial *Panorama*, conformado por otras publicaciones regulares como *Mi Diario*, las revistas *Facetas* (de corte femenino, que circula los domingos), *El Pitoquito* (dominical de carácter infantil), *Motores* (publicación bimensual) y *Bienes Raíces* (publicación trimestral). En el caso de *Mi Diario*, se caracteriza por ser un periódico popular en formato tabloide, cuyo técnica informativa se enfoca principalmente en las imágenes, su circulación no supera los 100.000 ejemplares que se dirigen a los estratos C, D y E de la sociedad zuliana. Tiene como principales clientes los sectores automotor y de transporte, la banca y las finanzas, las telecomunicaciones y tecnología, alimentos y bebidas, industria y gobierno.

El diario *La Verdad* fue fundado en el segundo trimestre del año 1998, experimentando un crecimiento del 40% anual en los últimos 4 años de existencia. Los estudios del diario calculan que tiene el 48% de preferencia del lector de la ciudad de Maracaibo, en consonancia con la ampliación en infraestructura y adquisición de una nueva rotativa con la intención de alcanzar la supremacía del diario en la región zuliana durante el año 2008. Actualmente circulan 40.000 ejemplares de lunes a sábado con un promedio de devolución menor al 14%, y 60.000 los domingos (con 5% de devolución). Para finales del 2008 el diario desea cristalizar un rediseño de su apariencia. Entre sus principales clientes está la Gobernación del Zulia, la banca y el comercio, que le sirve como una fuente de ingresos que ronda los 45 millones de bolívares fuertes y, para el 2008 se tiene contemplado alcanzar los 70 millones.

Los otros medios que conforman el grupo asociado al diario *La Verdad* son el diario *Hoy*, dirigido a las clases populares de la región, las revistas *Blanco y Negro* (de reseñas sociales de las elites locales), *Papa y Vino* (publicación de tinte gastronómico), *Previa Cita* (impreso de salud). Cada una de estas publicaciones tiene ejemplares que

“

Otro diario de peso es *El Carabobeño*, merecedor en tres ocasiones del Premio Nacional de Periodismo. Su fundación se remonta a finales del régimen gomecista, en 1933, y dentro de su largo proceso de evolución ha desarrollado cuatro cuerpos de contenido en la semana y cinco durante el domingo, incorporando el color en la primera página y el uso del formato estándar

”

rondan el número de 6.000, unidos a otras publicaciones como *Nota y Color* (reseña de Sociales) y *Estampas Zulianas* que circula con 60.000 ejemplares los domingos.

El tercer diario en importancia en el Zulia es *El Regional del Zulia*, cuya fundación se remonta al año 1990. El periódico forma parte del grupo de medios pertenecientes al grupo Finol, donde funcionan medios como *Zuliana de Televisión* y varias radios locales. El diario circula en alrededor de 21 municipios del estado Zulia, llegando adicionalmente a algunas áreas de los estados Lara, Trujillo y Falcón. Se afirma que este medio encabeza el 68% de las preferencias en la costa oriental del lago, una región donde reside el 35% de la población total zuliana. Su circulación ronda los 72.000 ejemplares, disminuyendo de manera variable esa cifra durante los fines de semana, debido posiblemente al tinte de sus suplementos: “Campo Fértil” (de información agropecuaria) y “Coquivacoa” (de variedades). Los dueños del periódico tienen como objetivo la adquisición de una nueva rotativa (lo que implicaría una inversión que rondaría entre los 1.500.000 y los 3.000.000 de dólares) que dinamizaría la producción del periódico. Alrededor del 36% de la publicidad proviene del gobierno, tanto nacional como regional, mientras que los clientes del sec-

tor privado provienen de las actividades de las telecomunicaciones, la banca y las empresas comerciales de la zona.

Los canales de televisión son diversos en la región zuliana. Existe *Los Niños Cantores Televisión (NCTV)* que funciona bajo el auspicio de la arquidiócesis de Maracaibo desde 1998, teniendo una señal que cubre todo el Zulia y algunas zonas de Falcón y Mérida; *Televisa*, que en alianza con Net-Uno e Intercable, tiene cobertura en casi todo el estado Zulia y parte de Falcón; *Urbe TV*, auspiciada desde la Universidad Rafael Bellosillo Chacín, cubre los municipios zulianos de Maracaibo, San Francisco y la Costa Oriental del Lago; y *Zuvisión*, que en alianza con Intercable, tiene cobertura en 21 municipios del estado Zulia, con una programación enfocada en el acontecer noticioso nacional y regional, que también alcanza estados como Mérida, Trujillo, Falcón, parte de Táchira, Nueva Esparta, Barinas y parte de Monagas. En el Zulia operan cerca de 14 canales de televisión, pero la mayoría no funciona con señal abierta sino a través de cableoperadoras.

Región central

Entre los estados Carabobo y Aragua se publican alrededor de 10 periódicos; en la ciudad de Valencia el liderazgo en periodismo recae en el diario *Notitarde*. Su circulación diaria ronda los 90.000 ejemplares, presumiendo de tener la información más fidedigna y creíble de la localidad. Para el año 2006 las ventas del periódico ascendieron más allá de los 10,9 millones de bolívares fuertes y en el 2007 la cifra llegó a 17,1 millones. Se contempla que para el 2008 el crecimiento de *Notitarde* sea del 40%, gracias a las estrategias de amplia circulación del impreso y su altísima calidad de impresión. Su formato es tipo tabloide, a todo color, su rango de alcance ronda las ciudades de Valencia, Maracay, la costa de Falcón, diversas localidades de Guárico y Yaracuy, adicionalmente algunas zonas de Caracas y Miranda. El diario contempla unas 62 páginas por cada edición diaria, con una forma de redacción orientada a todos los estratos sociales de la población donde se difunde. Cuenta como otros productos el *Notitarde de la Costa*, el *Notitarde Carlos Arvelo*, la *Revista del Domingo*, *Infomuebles*, *Notitas*, *Edición Aniversario*, *Edición Automotriz*, *Edición Un Año de Noticias* y *Noticlasificados*.

Otro diario de peso es *El Carabobeño*, merecedor en tres ocasiones del Premio Nacional de Periodismo. Su fundación se remonta a finales del régimen gomecista,

en 1933, y dentro de su largo proceso de evolución ha desarrollado cuatro cuerpos de contenido en la semana y cinco durante el domingo, incorporando el color en la primera página y el uso del formato estándar. El diario está dirigido a todos los públicos de los estados Falcón, Aragua, Yaracuy, Nueva Esparta, Vargas y Caracas, con una circulación de 65.000 ejemplares de lunes a sábado, y 85.000 ejemplares los domingos. Se afirma que sus ventas rondan el 60% del mercado regional donde el impreso se vende. En Valencia, también se producen los diarios *La Calle* (de corte popular) y *El Periódico*, que desde el 2007 ha logrado un crecimiento del 40%.

El diario *El Siglo* encabeza las preferencias de los lectores, disputándose el mercado con *El Aragueño*. Su actividad se remonta al año 1973, con un formato estándar dirigido a los estratos A, B y C del centro del país, experimentando una circulación promedio de 85.000 ejemplares de lunes a domingo. Se calcula que llega alrededor de 425.000 lectores entre Maracay, Cagua, La Victoria, Turmero, San Juan de los Morros, Valencia, Los Teques, Caracas y poblaciones satelitales de la capital del país. El periódico está constituido por 4 cuerpos a todo color de lunes a sábado, y cinco cuerpos los domingos, junto con la revista "Eva's". Ocasionalmente se le anexa un suplemento enfocado a temas de actualidad y en determinadas épocas del año, se incorpora al diario un cuerpo F de "Ediciones Especiales".

El Aragueño es una publicación tipo tabloide perteneciente al Grupo Sindoni, fundado en 1972 con la intención de tener un equilibrio informativo en su cobertura de las noticias. Integrado por alrededor de 42 páginas, *El Aragueño* tiene un formato a color y una circulación de 25.000 ejemplares de lunes a sábado, cifra que puede llegar hasta 50.000 ejemplares los domingos. Su mercado se circunscribe a los estados Aragua, Carabobo, Guárico, Apure, Miranda, Caracas. Los viernes tiende a distribuir un encartado de farándula, al igual que los domingos se le anexa el suplemento "Intermezzo" y varias ediciones especiales durante el año.

Para finalizar con el centro del país, otros impresos que circulan en el estado Aragua son *El Periodiquito* y *El Clarín*, con sede en la ciudad de La Victoria. Estas publicaciones tienen una baja incidencia en la captación de anunciantes, pero un amplio consumo por parte de los lectores pertenecientes a los estratos D y E de la región.

En materia radial, cabe destacar los servicios de *Victoria* 103.9 FM, cuya cober-

“

El Diario La Nación se contempla como el periódico líder en circulación en la región andina de Venezuela. Sus orígenes se remontan al año de 1968, abarcando las poblaciones de Táchira, el Norte de Santander (en Colombia), la ciudad de San Antonio, Ureña, Cúcuta y Villa del Rosario en Colombia

”

tura alcanza los estados Aragua, Carabobo, Guárico, Miranda y Apure, la sede está en la ciudad aragueña de La Victoria; en Valencia funciona *Bonchona* 107.1 FM, con una programación dirigida a las clases populares de la región; *Latínísima* 97.9 FM, emisora musical de corte romántico, tiene una cobertura en los estados Carabobo, Cojedes, Aragua y la costa de Falcón; *Radio Apolo* en Aragua, *La Voz de Carabobo* y *Radio América* en Valencia, se caracterizan por tener una cobertura que abarca los estados Aragua y Carabobo de la región central de Venezuela.

En materia televisiva, desde Maracay transmite TVS desde el año de 1994, perteneciente al grupo Sindoni, teniendo una alianza estratégica con *Televisión Regional*, compuesto a su vez por 5 canales regionales; en Valencia funciona *NCTV*, canal 36, filial de *Niños Cantores Televisión del Zulia*, con 15 años de funcionamiento en la región carabobeña; y en Aragua funcionan una serie de canales regionales como *TIC-TV*, *TRV* y *Color TV*; adicionalmente en Valencia funciona *DAT TV*, que se puede sintonizar desde el canal 30 UHF.

Región andina

El *Diario La Nación* se contempla como el periódico líder en circulación en la región andina de Venezuela. Sus orígenes

se remontan al año de 1968, abarcando las poblaciones de Táchira, el norte de Santander (en Colombia), la ciudad de San Antonio, Ureña, Cúcuta y Villa del Rosario en Colombia. El periódico tiene un mercado consolidado en Guasdalito, El Nula, La Victoria, en los estados Apure y Barinas (principalmente los municipios Páez y Zamora, donde tiene corresponsales fijos). Su cobertura de los 29 municipios tachirenses lo convierten en el diario andino más comprado en la zona y con la oferta publicitaria de mayor fuerza. Para el 2007 se registraron por concepto de publicidad 8.300.000 bolívares fuertes, con una expectativa para el 2008 de un mayor crecimiento en pautas publicitarias. Su tiraje diario de ejemplares ronda los 28.500, con formato estándar y con 32 páginas que se reparten en 3 cuerpos a todo color tanto sus portadas como sus páginas centrales. En ocasiones se edita con cuatro cuerpos, incluyendo suplementos infantiles como "Pirulí" los días sábados y la revista dominical "Flash".

El Diario de Los Andes, fundado en 1978, tiene una cobertura que abarca todos los estados andinos con tres ediciones por estado. La edición para Trujillo está vigente desde 1978, para Táchira en 1992 y para Mérida en 1998. Los temas tratados por el periódico se centran en el género sucesos de las localidades, donde el 51% de sus lectores pertenecen al género femenino junto con un grupo de lectores aficionados a las noticias deportivas. Este diario reúne un conjunto de productos editoriales como el suplemento dominical "Daniecito" (de carácter infantil); "Super Deportes" que circula diariamente en las ediciones de Trujillo y los lunes en las ediciones de Táchira y Mérida; y "Gente al Día", un impreso de variedades sabatino. En materia de revistas, los domingos circula en las tres ediciones la "Estampa Andina". *El Diario de Los Andes* tiene una circulación aproximada de 19.500 ejemplares diarios, donde más de la mitad de esa cifra se destina al estado Trujillo, con un 25% para el estado Táchira y un 20% para Mérida.

El Diario de Los Andes tiene cuatro gerencias para el manejo de los anunciantes: en Valera, Mérida, San Cristóbal y Caracas, donde la imagen corporativa es manejada por ARS Barquisimeto.

El diario *El Tiempo*, fundado en febrero de 1958, celebra este año sus 50 años de existencia. Su mercado abarca principalmente el estado Trujillo y municipios adyacentes a los estados Zulia, Mérida, Lara, Portuguesa y Caracas. El periódico produce un suplemento deportivo de 8 páginas y

uno dominical llamado “Tiempito”, de carácter infantil. Se afirma que la circulación de *El Tiempo* representa una cifra superior a los 16.000 ejemplares diarios; los días domingo publica la revista “Claro”.

Tocando otros medios andinos, recientemente desde el estado Mérida ha empezado a circular el diario *Pico Bolívar*, un impreso perteneciente a la Inversora 435. El diario circula en la mayoría de los 23 municipios del estado Mérida, especialmente el Vigía y sus adyacencias junto con el páramo merideño. Su tiraje diario ronda los 12.000 ejemplares promedio, que aumenta, lógicamente, los fines de semana. Desde 1978 circula igualmente en Mérida el diario *Frontera*, un producto impreso de Ediciones Occidente, con una circulación diaria de 15.000 ejemplares. El periódico produce dos suplementos: “Aquí Entre Nos” (los domingos), y “Chipilín” (suplemento infantil de carácter dominical). Adicionalmente existe el periódico *Cambio de Siglo*, fundando en 1998 con la intención de ofrecer la auténtica información para sus lectores.

En materia radial, en Mérida destaca *Radio Universidad* y *Radio Mérida* 1490 AM, gracias a la ascendencia de la Universidad de Los Andes cuya cobertura se ubica principalmente en Táchira; *Ecos del Torbes* 780 AM, fundada en 1947, garantiza una señal que va desde el oeste del estado Apure hasta la región Sur del Lago de Maracaibo, todo el Táchira y el departamento Santander de Colombia. *Radio Táchira*, cuyo funcionamiento se remonta a 1935, orienta su programación a los estratos C, D y E de la región; *Radio Noticias* desde San Antonio del Táchira y *Radio El Sol* desde la población de La Fría, son emisoras de corto alcance cuya señal llega tanto a la frontera venezolana como a la colombiana en el estado Táchira.

Y en cuanto a televisoras, el 60% de la publicidad se concentra en la *Televisora Regional del Táchira*, que llega a todo el Táchira, el norte de Apure, el sur de Zulia y regiones fronterizas de Colombia; *Canal 21 TV* transmite desde Táchira, que en alianza con *Vale TV* y *Grupo Nacional de Televisión*, tiene una cobertura televisiva que se extiende a los estados Apure, Mérida, Barinas, Portuguesa, Trujillo y Bolívar. En Mérida funciona la *Televisora Andina de Mérida*, canal 6 TAM, fundada en 1982 por la Arquidiócesis de Mérida; y *OMC Televisión*, canal noticioso y de entretenimiento, cuya señal llega hasta los estados Táchira, Barinas, Trujillo, Portuguesa, Apure y Monagas.

“

Apure, por ser uno de los estados más despoblados del país, tiene la carencia de tener una industria periodística que abarque todo el estado y que sea propia del sector.

Por eso el *Diario La Antena* de Guárico ha puesto a circular un nuevo periódico en la zona denominado *Visión Apureña*

”

Región llanera

El estado Cojedes encabeza dentro de los estados llaneros como el primer estado en materia de industria periodística. En él se sitúa uno de los principales periódicos de la región, *Las Noticias de Cojedes*, con una producción que oscila entre los 10.000 y 15.000 ejemplares diarios, con la intención de incrementar ese tiraje por medio de la actualización tecnológica y las mejoras de la infraestructura del periódico. Otros diarios de relevancia en Cojedes son *Las Noticias del Estado* y la *Opinión de Cojedes*, que sirven de voceros de la información oficial del gobierno local y regional del estado.

En contraste, el extenso estado Guárico tiene una diversa oferta de diarios que suelen limitar su circulación a municipios específicos del estado. En la entidad guariqueña se encuentran *El Diario de Guárico*, *El Nacionalista* que en ambos casos tratan de cubrir la totalidad de los municipios del estado. También está *La Prensa del Llano*, con circulación focalizada en San Juan de los Morros y el diario *Los Llanos*, que cubre principalmente Valle la Pascua, municipio Freites. Tanto *La Prensa del Llano* como *Los Llanos* tienen objetivos, a corto plazo, de aumentar su capacidad de circulación y producir sus ejemplares a color. En otro ámbito, el periódico que cubre íntegramente todo el estado Guárico es

Diario La Antena, con un estilo dirigido a las clases populares y un corte políticamente independiente, con una cobertura que incluye sectores de los estados Aragua y Apure.

Apure, por ser uno de los estados más despoblados del país, tiene la carencia de tener una industria periodística que abarque todo el estado y que sea propia del sector. Por eso el *Diario La Antena* de Guárico ha puesto a circular un nuevo periódico en la zona denominado *Visión Apureña*. Adicionalmente, ha aparecido en el corto plazo otro impreso en el estado denominado *Semana Hoy*, con formato estándar enfocado en el periodismo de investigación. A nivel micro del estado, Apure disfruta de pequeños diarios locales como *Cantaclaro*, *El Republicano*, *Notillanos*, *Pregón Oriental*, *Semana al Día* y *Sol de Apure*, con un radio de circulación que no abarca todo el estado Apure. Existe desde 1990 el diario *ABC de Apure*, siendo el más antiguo que aún permanece en la dificultosa región fronteriza apureña.

En Portuguesa, los impresos más importantes suelen ser los diarios *Última Hora* y el *Regional de Acarigua*, a través de la reseña diaria de las noticias del estado. Otros diarios de nuevo cuño y más limitada circulación son *El Occidente*, cuya sede se encuentra en Guanare, mientras que en la población de Acarigua se producen los diarios *De Frente* y *Cantaclaro*.

Por último, el estado Barinas ha experimentado un crecimiento acelerado de su industria periodística en el último año. El diario *La Prensa*, uno de los principales del estado, cuyo tiraje es de 38.000 ejemplares y con un poderoso patrocinio del sector privado de la zona. Otros diarios de importancia en la región barinense son *De Frente*, con 2.500 ejemplares diarios de menos de 34 páginas, y el *Diario de los Llanos*, fundado en el 2007, con menos de 9.500 ejemplares en circulación y cuyo cliente en materia de publicidad es el gobierno local. Para finalizar, el diario *La Noticia de Barinas*, tiene un nivel de circulación de 3.200 ejemplares (que en el corto plazo se tiene el deseo de aumentar a 5.000), caracterizada por su escaso recurso humano en materia periodística y con una clientela en materia publicitaria centrada principalmente en el gobierno municipal y estatal de Barinas.

En materia televisiva, en Cojedes residen dos televisoras: *Regional del Centro* y *Televisión Cojedes*, basados en la producción independiente de su programación. En Guárico, *Contacttv* y *TV Apure*; en Portuguesa, *Universal Televisión*, *Regio-*

nal Acarigua, Televisión Regional de Portuguesa, Guanavisión y Tuya visión, ubicados en Guanare. Y en Barinas, Canal 4 de Llanovisión, Canal 7 Tehellano y el Canal Rumbera TV.

Con relación a las radios, en Cojedes se localizan *Class* 98.7, *Magia* 94.7, *Pastoreña* 89.7, *Capital* 92.3 y *Guarachea* 96.1 en San Carlos, además de *Viva* 93.3 en el Tinaquillo y *Ritmo* 96.9 en Tinaco. En Portuguesa hacen acto de presencia *Acarigua* 95.5, *Globo* 106.9, *Minuto* 103.9, *Súper Rumba* 89.3, *Okay llanera* 88.1 y *Feria* 91.9, entre las más importantes del estado. En el estado Barinas destacan *Infinita* 90.7, *Sensacional* 94.7, *Estéreo Rey* 97.1, *Emoción* 98.1, *Caricia* 94.1, *Paraíso* 102.9, *Rumbera* 105.9 y *Márquez* 101.7, entre las más importantes.

Región centro occidental

El diario *El Impulso* es un impreso cuya fundación se remonta al año 1904, por parte de Federico Carmona en la ciudad de Barquisimeto. El diario se ha actualizado con relación a las últimas tecnologías para mantenerse como un producto competitivo en el actual mercado periodístico. Otro medio de relevancia en la región centro-occidental del país es *El Informador*, fundado en 1968, que actualmente ensaya un cambio de imagen e innovaciones en su estructura informativa junto con un formato a todo color de sus páginas. *El Informador* posee una alianza con *El Universal* para ofrecer los domingos la revista "Estampas Larenses", además de distribuir a los lectores enciclopedias y suplementos especiales. Su circulación ronda los 65.000 ejemplares, que tienen su flujo de venta en los estados Lara, Portuguesa y Yaracuy, específicamente a los estratos A, B, C y D de dichos estados, y entre los grupos de edades de 26 a 48 años. Para el 2008 el periódico pauta un crecimiento en torno al rubro de publicidad, teniendo entre sus principales clientes en esta materia a elementos de la industria automotriz, banca, telecomunicaciones, salud y el sector público.

La Prensa es un producto periodístico que recién comienza a funcionar en el año 2007, teniendo actualmente una circulación de 35.000 ejemplares. Su formato es tipo tabloide, integrado por 40 páginas totalmente a color, y está dirigido a los estratos C, D y E dentro del estado Lara y con deseos de penetrar el mercado de Portuguesa y Yaracuy. El impreso se caracteriza por la cobertura de la realidad de las comunidades larenses, la publicación de cartas de los lectores, sus constantes promo-

“

En la región guayanesa circulan un total de 16 diarios, siendo los más conocidos *El Sol de Maturín* y *La Prensa* del estado Monagas; *Correo del Caroní* y *Nueva Prensa* en el estado Bolívar; y *Antorcha* en el estado Anzoátegui. En el caso de la *Nueva Prensa*, el diario tiene una edición orientada a la población nororiental del país

”

ciones y tener como encartado dominical la revista "Claro". Entre sus clientes en materia de publicidad se encuentra PDVSA, la Cerveza Regional, el CNE y diferentes loterías locales. Otros diarios de nueva data en la zona son el *Diario de Lara*, el único vespertino de la zona y el *Diario Hoy es la Noticia*, ambos con formato tabloide y dirigidos a los sectores C, D y E de la población larense.

Yaracuy es otro polo de la industria periodística regional. En él se sitúa el diario *Yaracuy al Día*, fundado en 1974, cuya cobertura abarca los 14 municipios del estado Yaracuy y algunos del estado Lara, con una circulación de 30.000 ejemplares. Su formato es tipo tabloide y conformado por cuatro páginas totalmente a color; está dirigido a todos los estratos sociales de la población de Yaracuy. Sus clientes en materia de publicidad suelen ser pequeños y medianos empresarios privados del estado.

El tercer polo de actividad periodística reside en el estado Falcón, que posee el diario *Nuevo Día*, fundado en el 2003. Su formato se caracteriza por ser extratabloide, con un tiraje de 30.000 ejemplares diarios en 56 páginas de contenido, dirigido a la población general del estado Falcón. Cuenta con suplementos deportivos como "Hípico", "Triunfo Deportivo" y "El Recreo" (de carácter infantil), adicionalmente revistas de variedades como "Hoy Domingo" y "Letra Viva" (este último de sesgo fuerte-

mente cultural). En el 2007 el periódico experimentó un crecimiento en materia publicitaria del 30%, ya que es el diario falconiano con mejor cobertura, circulación y lectoría. Otros diarios falconianos de relevancia son *La Mañana* y *Los Médanos*, con un más limitado rango de producción y distribución en el estado Falcón.

En materia de televisión regional, funcionan *Telecentro* canal 11 en el estado Lara, fundada en 1991, con programación orientada a los estratos B, C y D y con cobertura en los estados Lara, Yaracuy y parte de Portuguesa, Falcón y Cojedes. *Somos TV*, cuya señal penetra todo el estado Lara y algunas zonas de Yaracuy; *VMás TV*, inaugurado en el 2006, es la televisión mas vista en Barquisimeto. En Yaracuy se encuentra *Yaracuyana de Televisión*, fundada en el 2004, que gracias a una alianza con Intercable llega a las localidades de San Felipe, Independencia y Cocorote.

En materia radial, en el estado Lara destacan *Somos* 93.5 FM, *Fiesta* 92.1 FM y 590 AM *Radio Barquisimeto*, aliadas al circuito *FM Center*; en Yaracuy cabe resaltar *Hispana* 95 FM, fundada en 1998, con una cobertura del 75% del estado Yaracuy; y en Falcón existen las radios *Jardín* 90.7 FM, *Ondas de los Médanos* y *Caribana*.

Región guayanesa

El sureste del país es una región extensa geográficamente cuya población se concentra en focos urbanos muy específicos, lo cual determina la dinámica y funcionamiento de los medios de comunicación en esta zona. En la región guayanesa circulan un total de 16 diarios, siendo los más conocidos *El Sol* de Maturín y *La Prensa* del estado Monagas; *Correo del Caroní* y *Nueva Prensa* en el estado Bolívar; y *Antorcha* en el estado Anzoátegui. En el caso de la *Nueva Prensa*, el diario tiene una edición orientada a la población nororiental del país.

Nueva Prensa es un diario fundado en el año de 1998, con una circulación de 60.000 ejemplares, destinados principalmente a las regiones urbanas del estado Bolívar y Monagas, junto con la totalidad de Delta Amacuro. Sus principales anunciantes provienen del sector de telecomunicaciones, banca automotriz, cubriendo así el 68% de la publicidad del periódico frente al 32% de los entes públicos de la región. *Nueva Prensa* tiene intenciones de incrementar su circulación en 80.000 ejemplares, además de ofrecer actualmente encartados como la revista "Estampa Guayana" (en alianza con el diario *El*

Universal de Caracas) y el semanario de corte humorístico “El Camaleón”.

El *Correo del Caroní* es el otro diario impreso de referencia obligatoria en la región, tiene una postura abiertamente crítica al Ejecutivo regional y nacional, y ha visto reducida su producción debido a este conflicto político. Su tiraje ronda los 15.000 ejemplares, enfocando su formato informativo en la reseña de las problemáticas comunitarias de la región.

Otros diarios de cierta relevancia en la región guayanesa son el *Diario de Guayana*, *El Expreso*, *El Luchador*. El *Diario de Guayana* se caracteriza por el uso del color en sus páginas y su formato tabloide que le ha permitido tener una circulación de 33.000 ejemplares. En las regiones adyacentes al Orinoco se encuentran *El Progreso*, un diario enfocado principalmente a la reseña de las noticias tipo sucesos, y *El Luchador*, este último con una circulación de 16.000 ejemplares.

En el estado Monagas se encuentran los diarios *La Prensa* y *El Oriental*, junto con *El Sol* de Maturín. *La Prensa* presume de tener una circulación que abarca los 13 municipios del estado Monagas, ventaja palpable frente a sus competidores regionales.

Para finalizar, al sur de Anzoátegui el diario líder de la región es *Antorcha*, cuya fundación se remonta a 1954. Su circulación le permite tener presencia en toda la zona oriental, en Caracas, teniendo corresponsalías en Anaco, Barcelona y Puerto La Cruz.

En materia televisiva, en Guayana existe *TV Guayana* cuya planta reside en Puerto Ordaz, y su señal llega a las principales ciudades del estado Bolívar, si bien su operatividad se ha reducido al mínimo debido a los destrozos que sufrió su infraestructura en el 2003. *Orinoco TV* es el otro canal de la región, con una señal que se limita a lo que permiten las operadoras de cable; y *Televisión de Oriente*, que tiene una corresponsalía en Ciudad Bolívar, dedicada a la producción de noticias. En materia radial, en Guayana hacen acto de presencia las emisoras *Unión Radio* a través de la 90.5 FM, *Onda* a través del 103.5 FM en Ciudad Bolívar y 96.3 FM en Maturín, además de la *Megaestación* con la 88.9 FM en Puerto Ordaz y 90.9 en Maturín.

IV- CONCLUSIONES

● Desde 1946 cuando Venezuela tenía alrededor de 14 diarios regionales impresos, hasta el año 2008, en que el país disfrutó de 111 periódicos de carácter regional, el crecimiento de estos medios de comunica-

ción ha sido de 97 diarios en seis décadas. Esto principalmente se debe a que los procesos de urbanización e industrialización del interior del país han creado un ambiente propicio para la proliferación de medios de comunicación impresos, independientes de los existentes en Caracas.

● La década de los 70 y 90 han sido los períodos de mayor auge de la prensa escrita en el interior del país, cuyo desarrollo se ha dado con bastante autonomía respecto a las políticas públicas incentivadas desde el Estado para estimular la actividad periodística fuera de la región capital. La mayor parte de los medios impresos tienen en su cartera de clientes a sectores vinculados al sector privado de la economía, más que al gobierno central o local donde desarrollan su actividad.

● Los medios impresos regionales tienden a dirigir su producción a más de un estado del país, tratando de crear en muchas ocasiones diversas ediciones por mercado geográfico, para así diversificar su población objetivo en torno a la lectoría de impresos. Los diarios han pasado de limitarse a la reseña meramente local de las noticias, a una dinámica de interconexión informativa dentro de las diversas poblaciones de una región geográfica.

● Constantemente los medios impresos le apuestan al formato tabloide y las ediciones totalmente a color como el medio de conquistar un mayor mercado de lectores en todos los estratos de las poblaciones donde destinan su producción. Adicionalmente los periódicos se buscan actualizar tecnológicamente e incrementar el tiraje, bajo la expectativa de que el consumo de impresos informativos se va a incrementar sustantivamente en los próximos años. Muchos diarios regionales tratan de penetrar el mercado capitalino, compitiendo con diarios de alcance nacional como *El Universal* o *Últimas Noticias*.

● Los medios radiales y televisivos en el interior del país, siguen creciendo de acuerdo al incremento de la población en sus respectivas regiones y tratan de garantizarse una cobertura que vaya más allá de su canal de origen. Al igual que los medios impresos, intentan que sus clientes en materia de publicidad sean del sector privado de la economía y tratan de dirigir su programación al público más diverso posible.

■ **Rafael Quiñones**
Sociólogo egresado de la UCAB.

Referencias

- BRITO CORNIELES, Judith; CANCELA CAMBON, Herminia. “Desarrollo de la prensa diaria regional (1946-1986)”. En: *40 años de Comunicación Social en Venezuela 1946-1986*. Eleazar Díaz Rangel (coordinador). Escuela de Comunicación Social de la UCV, pp. 59-120.
- LÓPEZ, Karina (2008): “Medios en expansión”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 291, Febrero, pp. 52-54.
- RODRÍGUEZ, Verónica (2008): “Zulianos mediáticos”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A., Edición 291, Febrero, pp. 56-58.
- REVILLA, María Eugenia (2008): “El centro es rentable”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 291, Febrero, pp. 60-63.
- CONTRERAS, Humberto (2008): “Entre frontera y montaña”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 291, Febrero, pp. 66-69.
- ÁLVAREZ MANZANARE, Esther (2008): “Centro Occidente novedoso y diverso”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 291, Febrero, pp. 70-72.
- TALAVERA, Mailyn (2008): “El reto de informar sin compromisos”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 291, Febrero, pp. 74-76.
- RODRÍGUEZ, Gonzalo (2008): “En el sur manda la prensa”. En: revista *Producto*. Venezuela: Grupo Producto C.A, Edición 291, Febrero, pp. 77-79.
- BISBAL, Marcelino (2007): “Los medios en Venezuela. ¿Dónde estamos?”. En: *Espacio Abierto*. Venezuela: Ediciones Astro Data, S.A, Volumen 6, Octubre-Diciembre, pp. 644-667.
- DÍAZ RANGEL, Eleazar (1990-1991): “Los cambios en la prensa”. En: *El Ojo del Huracán*. Noviembre 90-Abril 91, Caracas, pp. 11-15.
- “Prensa Escrita” [<http://www.prensaescrita.com/america/Venezuela.php>], (noviembre 20, 2007).

DIARIOS DE VENEZUELA PARA EL 2008

Diarios Regionales	Tiraje	Estado	Diarios Nacionales	Tiraje
Notidiario	--	Amazonas	El Nacional	90.000
El Norte	--	Anzoátegui	El Universal	82.000
Nueva Prensa de Oriente	20.000	Anzoátegui	Tal Cual	45.000
Metropolitano	--	Anzoátegui	Últimas Noticias	180.000
La Prensa	--	Anzoátegui	El Mundo	--
El Tiempo	75.000	Anzoátegui	2001	80.000
El Nuevo Día	--	Anzoátegui	Abril	--
Antorcha	--	Anzoátegui	El Diario de Caracas	--
Mundo Oriental	--	Anzoátegui	Vea	--
El Norte	--	Anzoátegui	La Religión	--
El Aragueño	25.000	Aragua	La Razón	--
El Periodiquito	--	Aragua	Primera Hora	--
El Siglo	85.000	Aragua	El Nuevo País	--
El Impreso	--	Aragua	Así es La Noticia	--
El Clarín	--	Aragua	El Globo	--
La Prensa	38.000	Barinas	The Daily Journal	--
De Frente	2.500	Barinas	La Voce d'Ítalia	--
El Diario de los Llanos	9500	Barinas	Meridiano	180.000
La Noticia de Barinas	3200	Barinas	Líder	100.000
Correo del Caroní	15.000	Bolívar	Reporte	--
Nueva Prensa	60.000	Bolívar	Economía Hoy	--
El Diario de Guayana	33.000	Bolívar	Quinto Día	105.000
El Guayanés	--	Bolívar		
El Progreso	--	Bolívar		
El Expreso	--	Bolívar		
El Luchador	16.000	Bolívar		
El Bolivarense	--	Bolívar		
Extra	--	Bolívar		
El Guayanés	--	Bolívar		
El Carabobeño	65.000	Carabobo		
Notitarde	90.000	Carabobo		
El Periódico	--	Carabobo		
El Espectador	--	Carabobo		
El Mensajero	--	Carabobo		
La Costa	--	Carabobo		
Las Noticias de Cojedes	15.000	Cojedes		
Las Noticias del Estado	--	Cojedes		
La Opinión de Cojedes	--	Cojedes		
Nuevo Día	30.000	Falcón		
La Mañana	--	Falcón		
El Falconiano	--	Falcón		
Médano	--	Falcón		
El Nacionalista	--	Guárico		
La Antena	--	Guárico		
La Prensa del Llano	--	Guárico		
Diario de los Llanos	--	Guárico		
El Impulso	65.000	Lara		
Diario Hoy	--	Lara		
El Informador	--	Lara		
El Caroreño	--	Lara		
La Prensa, Diario de Lara	35.000	Lara		
Frontera	15.000	Mérida		
Cambio de Siglo	--	Mérida		
Pico Bolívar	12.000	Mérida		
Diario de los Andes	19.500	Mérida		
El Correo de los Andes	--	Mérida		
El Vigía	--	Mérida		
La Voz	--	Miranda		



DIARIOS DE VENEZUELA PARA EL 2008

Diarios Regionales	Tiraje	Estado	Diarios Nacionales	Tiraje
La Región	--	Miranda		
Avance	--	Miranda		
La Calle	--	Miranda		
El Oriental	--	Monagas		
El Diario Mayor	--	Monagas		
El Sol	--	Monagas		
La Prensa de Monagas	--	Monagas		
El Periódico de Monagas	--	Monagas		
Sol de Margarita	30.000	Nueva Esparta		
Diario Caribazo	--	Nueva Esparta		
Diario del Caribe	--	Nueva Esparta		
Última Hora	--	Portuguesa		
El Regional de Acarigua	--	Portuguesa		
El Periódico de Occidente	--	Portuguesa		
El Periódico de Sucre	--	Sucre		
Región	53.000	Sucre		
Provincia		Sucre		
La Nación	28.500	Táchira		
Diario Católico	--	Táchira		
Los Andes	--	Trujillo		
El Tiempo	16.000	Trujillo		
Diario Puerto	--	Vargas		
La Verdad	--	Vargas		
Yaracuy al Día	30.000	Yaracuy		
El Diario de Yaracuy	--	Yaracuy		
El Yaracuyano	8000	Yaracuy		
Panorama	140.000	Zulia		
La Verdad	40.000	Zulia		
Mi Diario	100.000	Zulia		
El Regional de Zulia	72.000	Zulia		

PRINCIPALES ESTACIONES DE RADIO REGIONALES

Radios Regionales	Ciudad
Acarigua 95.5	Acarigua
Globo 106.9	Acarigua
Mínuto 103.9	Acarigua
Súper Rumba 89.3	Acarigua
Okay llanera 88.1	Acarigua
Feria 91.9	Acarigua
Estrategia 100.3	Acarigua
Altagracia de Orituco 95.1	Altagracia de Orituco
Infinita 90.7	Barinas
Sensacional 94.7	Barinas
Estéreo Rey 97.1	Barinas
Emoción 98.1	Barinas
Caricia 94.1	Barinas
Paraíso 102.9	Barinas
Rumbera 105.9	Barinas
Márquez 101.7	Barinas
Positiva 95.7	Barinas
Primerísimo 98.3	Barinas
La voz de PDVSA	Barinas
La Mega	Barinas
Somos 93.5 FM	Barquisimeto
Fiesta 92.1 FM	Barquisimeto
690 AM Radio Barquisimeto	Barquisimeto

PRINCIPALES ESTACIONES DE RADIO REGIONALES

Radios Regionales	Ciudad
Somos Radios	Barquisimeto
Galáctica 100.7	Biscucuy
Gea 92.9	Calabozo
Calabocña 90.9	Calabozo
Camaguán Prestigio 104.5	Camaguán
Onda 103.5 FM	Ciudad Bolívar
Circuito News 105.3 FM	Ciudad Guayana
Jardín 90.7	Coro
La Mañana	Coro
Los Médanos	Coro
Ondas de los Médanos	Coro
Caribana	Coro
Costa del Sol 93.1 FM	Cumaná
Radio Apolo	Estado Aragua
La Voz	Estado Carabobo
Radio Nacional 96.3	Guanare
Suprema 92.5	Guanare
Universal 101.3	Guanare
Órbita Delta 92.5	Guanare
La Coromotana 105.1	Guanare
Capital Estéreo	Guanare
Ganadera 93.3	Guanarito
Radio El Sol	La Fría
Victoria 103.9 FM	La Victoria
Venezuela Oriente 720 AM	Margarita
Súperestereo 98.1 FM	Margarita
Radio Universidad	Mérida
Radio Mérida 1490 AM	Mérida
Onda 96.3 FM	Maturín
Megaestación 90.9 FM	Maturín
Fantástica 102.5	Píritu
Circuito Radial News	Puerto La Cruz
Éxitos 90.5 FM	Puerto Ordaz
Megaestación 88.9 FM	Puerto Ordaz
Ecos del Torbes	San Antonio del Táchira
Radio Táchira	San Antonio del Táchira
Radio Noticias 1060 AM	San Antonio del Táchira
Mega 102.1	San Antonio del Táchira
Éxitos 103.1	San Antonio del Táchira
Class 98.7	San Carlos
Magia 94.7	San Carlos
Pastoreña 89.7	San Carlos
Capital 92.3	San Carlos
Guarachera 96.1	San Carlos
Hispana 95 FM	San Felipe
Guárico 98.5	San Juan de los Morros
La Barinesa 92.7	Santa Bárbara
Sideral 99.1	Santa Bárbara
Brava 99.7	Socopó
Premio 103.9	Socopó
Ritmo 96.9	Tinaco
Viva 93.3	Tinaquillo
Bonchona 107.1 FM	Valencia
Latinísima 97.9 FM	Valencia
Radio América	Valencia
La Pascua 89.7	Valle de la Pascua
Ambiente 96.1	Valle de la Pascua
Zaraza 106.5	Zaraza

PRINCIPALES CANALES TELEVISIVOS REGIONALES

Televisoras Regionales	Ciudad
Universal Televisión	Acarigua
Regional Acarigua	Acarigua
Canal 4 de Llanovisión	Barinas
Canal 7 Telellano	Barinas
Canal Rumbera TV	Barinas
Telecentro Canal 11	Barquisimeto
Promar Televisión	Barquisimeto
Somos TV	Barquisimeto
V Más TV	Barquisimeto
Zuliana de Televisión	Costa Oriental del Zulia
Canal TV Falcón	Coro
Televisora Regional de Portuguesa	Guanare
Guanaravisión	Guanare
Tuyavisión	Guanare
Televisa	Maracaibo
Urbe TV	Maracaibo
Zuvisión TV	Maracaibo
TVS	Maracay
TIC TV	Maracay
TRV	Maracay
Color TV	Maracay
Niños Cantores Televisión	Maracaibo
Telecaribe	Margarita
Televisora Andina de Mérida	Mérida
OMC Televisión	Mérida
TVO	Puerto La Cruz
TV Guayana	Puerto Ordaz
Orinoco TV	Puerto Ordaz
Televisora Regional del Táchira	San Antonio del Táchira
Canal 21 TV	San Antonio del Táchira
Yaracuyana Televisión	San Felipe
TV Llano	San Juan de los Morros
NCTV	Valencia
DAT TV	Valencia

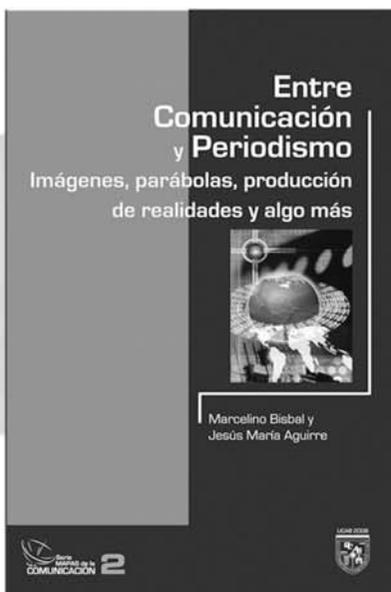


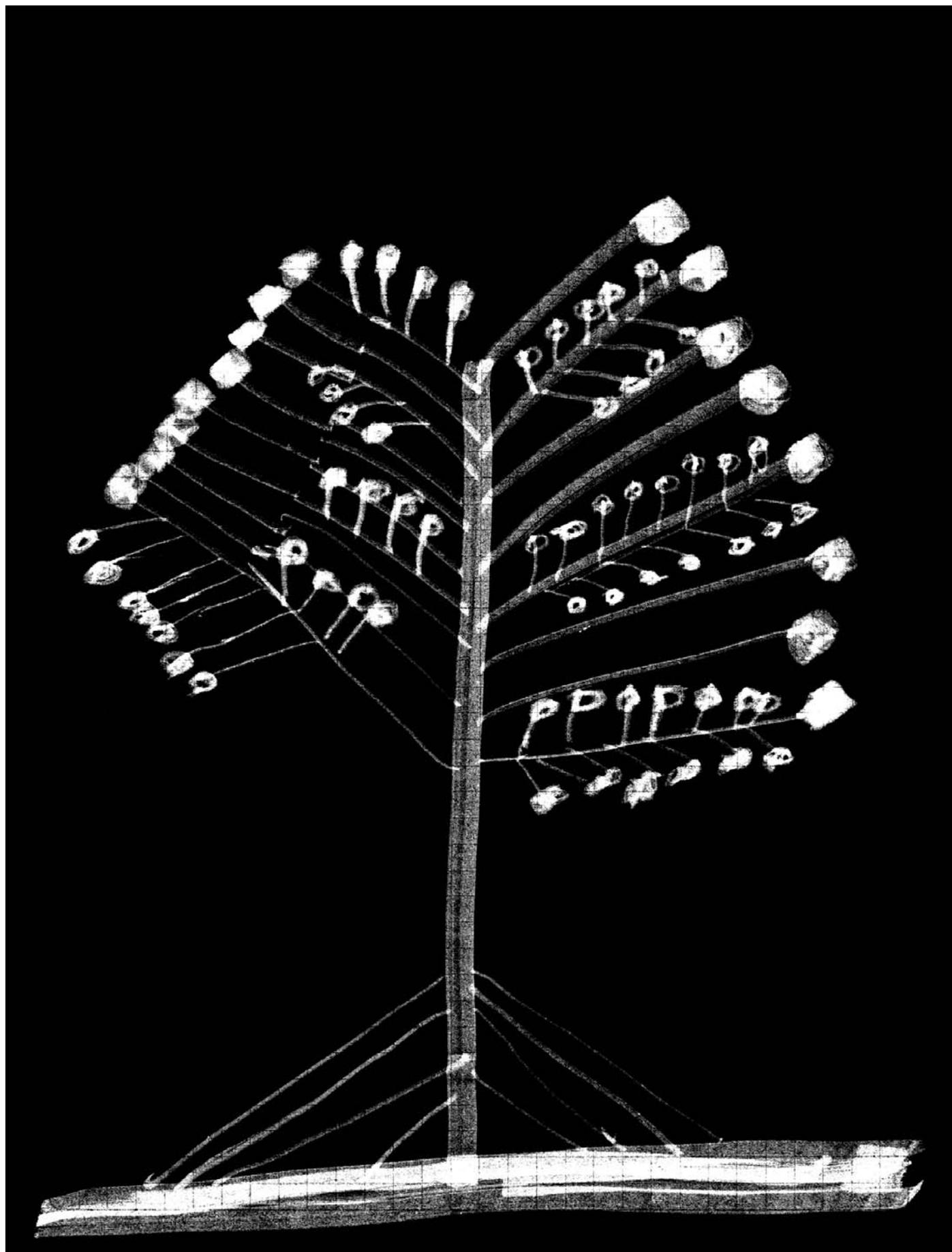
Serie
**MAPAS de la
COMUNICACIÓN**

MAPAS DE LA COMUNICACIÓN

Textos producidos por profesores y alumnos, investigadores de nuestro Postgrado en Comunicación Social y editados por Publicaciones UCAB, concebidos para mirar hacia dónde nos conducen los signos, su lenguaje y sus medios, en este nuevo tiempo del conocimiento

para trazar nuevos rumbos





Galería de Papel. Dibujo Yanomami. Asidowateri, Edo. Amazonas 1991

Línea alternativa, popular y comunitaria

en la revista *Comunicación*

Resumen

El presente estudio construido en base a la revisión de 140 números de la revista Comunicación, comprende la sistematización en el orden cronológico y temático de las líneas de investigación en comunicación alternativa, popular y comunitaria. Análisis que viene a demostrar la firme continuidad del equipo de investigadores de la revista en la búsqueda de lo alternativo y su adecuación a cada época como respuesta y justificación, desde las bases populares, al sistema ambiental dominante donde imperan las comunicaciones comerciales. Es un trabajo de síntesis con explicitación de los aportes y las tendencias de varios académicos venezolanos en lo alternativo durante las últimas tres décadas. Mirada de conjunto para el ulterior estudio teórico-analítico de las marcas del pensamiento alternativo de comunicación en Comunicación.

Abstract

The present study built in base of the 140 editions' revision of Comunicación magazine understands the systematizing in chronological and thematic order of investigation lines in alternative, popular and community communication in the Comunicación magazine. Analysis that comes to demonstrate the magazine investigators team firm continuity in search the alternative thing and their adaptation to each time like answer and justification, from the popular bases, to the dominant environmental system where commercial communications reign. It is a synthesis work which explicits contributions and tendencies of several Venezuelan academics in the alternative thing during the last three decades. Group look for the ulterior theoretical-analytic study of communication's alternative thought marks in Comunicación magazine.

■ Honegger Molina

INTRODUCCIÓN

Transcurridas más de tres décadas ya es bastante la tinta de la pluma de hombres y mujeres con acaudalado prestigio que llenan las páginas de la revista *Comunicación* en sus 144 números de meritoria trayectoria. Sus índices muestran con solvencia inusual desde los más variados, polémicos e interesantes temas de comunicación con suficiente rigor académico pasando por la incorporación de estudios de las nuevas tecnologías de la informática hasta los de exclusiva originalidad investigativa en lo popular, comunitario y alternativo. Así que las razones sobran para situarse de cara a la coyuntura histórica con fragor del gobierno por lo *alternativo* en Venezuela y releer lo propio con este esfuerzo de organicidad.

Trabajo que intenta ir más allá del resumen temático para hundir sus raíces en el interés por rescatar y promover toda una *línea de investigación* con sobrado oficio intelectual desde la concepción de la revista *Comunicación*. Razón por la que esto se adiciona al estudio elaborado por Ricardo Martínez publicado en *Comunicación* el año 1985, N° 51-52, pp. 129-138, con el título: “El pensamiento sobre comunicación alternativa en *Comunicación*”, con motivo de los primeros 10 años de la revista.

Entonces funcionaba el Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín, conformado –entre otros comunicadores– por: Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey, Francisco Tremonti, César Miguel Rondón, Sebastián de la Nuez y José Martínez Terrero, todos preocupados por abrir genuinos procesos de comunicación social, capacitados para dialogar con los modelos ya plantados, pero siempre con el horizonte colmado de esperanza y en búsqueda del desarrollo *integral* del hombre y de la mujer venezolana y suramericana.

En aquel momento Martínez se propuso la revisión y ordenamiento de los materiales publicados en *Comunicación* en lo concerniente a comunicación alternativa categorizándolos de esta forma: 1° Desarrollos teóricos del equipo *Comunicación*, 2° Desarrollos teóricos de miembros del equipo de *Comunicación*, 3° Desarrollos teóricos o documentos de terceros, y 4° Reseñas informativas. Investigación que considera exclusivamente la referencia al término *alternativa en los titulares*, a excepción de unos cuantos trabajos con enfoque *comunitario* y *popular* de cuyo contenido sólo explicita unas bre-

“

Entonces funcionaba el Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín, conformado –entre otros comunicadores– por: Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, José Ignacio Rey, Francisco Tremonti, César Miguel Rondón, Sebastián de la Nuez y José Martínez Terrero

”

ves referencias en distintos textos a lo largo del trabajo.

El siguiente estudio establece las mismas categorías, obviando únicamente las *reseñas informativas* –que sí aparecen en Martínez 1985– ahora no consideradas como un aporte directo de la revista, ni de sus miembros, al campo del conocimiento del periodismo alternativo. Se incorporan dos informaciones por su apremiante valor para la comprensión de ese contexto histórico del primer período estudiado. Así tenemos que el punto de partida y de llegada es la visión compartida y complementaria, en forma resumida, al trabajo que hizo Ricardo Martínez. El fin es lograr una conexión con aquel abordaje teórico de los años 80 para facilitar la estructuración de todos los aspectos subsiguientes que vienen siendo profundizados sin declinar hasta el momento actual. Para cumplir con el objetivo mencionado éste estudio se presenta de la siguiente manera:

- 1° Visión complexiva, 1974-1985.
- 2° Líneas del *Consejo de Redacción*, 1985-2007.
- 3° Líneas de los miembros de *Comunicación*, 1985-2007.
- 4° Estudios y documentos de terceros, 1985-2007.

En tal sentido los criterios que se asumieron para la selección y sistematización de los títulos de artículos, sus autores, el número de la revista y la fecha de publicación quedan establecidos de la siguiente manera:

- a- Orden cronológico. Entrega por el año de aparición en *Comunicación* desde 1985 hasta 2007. Para esto se ofrece un cuadro con los tres temas: alternativa, popular y comunitaria, sin ningún análisis ni jerarquización. Dicha tabla es orientativa y puede considerarse como un apoyo eventual para facilitar la ubicación de los datos aleatorios y mejor lectura de los mismos. Aquí no se incluye el análisis porque se reserva para los cuadros que le siguen. Cuadro 1. Línea Cronológica: 1985-2007.
- b- Orden temático. Presentación por separado de los títulos de artículos, documentos y algunas reseñas e informaciones con cierta relevancia. Los cuadros se encuentran identificados en la parte superior con el título del tema correspondiente, vale decir: Comunicación Alternativa, Comunicación Popular, Comunicación Comunitaria en la revista *Comunicación*. Cuadros 2,3,4. Comprenden las listas –conservando al mismo tiempo el orden cronológico– de los artículos correspondientes a la categoría estudiada.

1° VISIÓN COMPLEXIVA, 1974 - 1985

El pensamiento sobre la *comunicación alternativa* que sistematiza Ricardo Martínez en la publicación N° 51-52 de 1985, tiene el gran mérito de rastrear los primeros 50 números, desde el entonces llamado *Boletín Comunicación* con los temas de *comunicación alternativa* como elemento sustantivo del equipo. Lo que responde al convencimiento fundacional, *es vital y urgente liberar las virtualidades expresivas y comunicacionales de nuestros pueblos latinoamericanos, sumidos habitualmente en un silencio obligado* (N°. 1, p. 2).

Martínez presenta el estudio en tres etapas.

Primera etapa, lo alternativo como búsqueda. Aquí las conclusiones son tres, 1ª José Ignacio Rey hace una clara mención a la idea de lo alternativo en materia de comunicación en su artículo “Escuelas, Investigación y Comunicación Social en América Latina” por ser un “continente fundamentalmente incomunicado, margi-

nado de los patrones comunicacionales que tratan de imponer los grandes medios” (Nº 7, p. 6). Habría que rescatar tres elementos: alternativa metodológica, marginación comunicacional y supremacía de los grandes medios. Postura que concreta en: identificación de los grupos marginales, estudio de las estructuras comunicacionales autóctonas y creación de los medios de comunicación adaptados a la realidad de esos grupos (Nº 7, pp. 9). 2ª Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal, critican la unidireccionalidad y la incapacidad manifiesta en el “Documento de Costa Rica sobre investigación” (Nº 7 p. 77-88), para responder a la realidad comunicacional del continente, al tiempo que proponen buscar alternativas en otro encuentro. 3ª El Nº 13 llega con una afirmación del equipo por lo *alternativo*. A partir de esta entrega la publicación adopta lo que podríamos calificar de lema distintivo: *Por una perspectiva crítica y alternativa* que más tarde terminará llamándose *Perspectiva Crítica y Alternativa* (Martínez, 1985).

Segunda etapa, entra con las definiciones individuales con artículos a partir de 1980. La reflexión se hace densa y la postura muy crítica. Aquí el acento lo pone José Ignacio Rey con un nuevo llamado a salir del silencio impuesto desde afuera para alzar la voz como pueblos de América del Sur. Además, su pensamiento alienta la conformación de *una teoría de la comunicación alternativa*. Entre tanto, pensadores como José Martínez Terrero, aportan desde la categorización de la comunicación dialógica, horizontal, concientizadora y liberadora. Y el propio César Miguel Rondón publica una investigación donde prueba que lo popular y lo auténtico no está reñido con el uso de los grandes medios, puesto que no siempre la *canción protesta es canción popular*.

Tercera etapa, refleja la definición del grupo, revista Nº 35/36 de 1981. En la presentación fijan posición frente a lo alternativo y lo popular con la discusión centrada en el enfrentamiento entre el *orden viejo vigente* y el *nuevo orden alternativo*, con la reacción de poder del primero y las experiencias en diversos frentes del segundo. En este marco aparecen nuevas ideas, por ejemplo: lo alternativo corporizado en nuevos instrumentos regionales, nacionales o grupales y lo alternativo ligado al diseño de políticas comunicacionales por parte del Estado con participación de todos los sectores involucrados, entre otras tantas. Lo fundamental es la humildad del equipo para aceptar que to-

“

Lo fundamental es la humildad del equipo para aceptar que todas sus proposiciones son discutibles y posibles de reformular. Visión científica de quien no se impone como dueño de la verdad porque cree realmente en la capacidad de desarrollo del pensamiento y advierte sobre el camino de la permanente búsqueda del espíritu humano

”

das sus proposiciones son discutibles y posibles de reformular. Visión científica de quien no se impone como dueño de la verdad porque cree realmente en la capacidad de desarrollo del pensamiento y advierte sobre el camino de la permanente búsqueda del espíritu humano.

2º LÍNEAS DEL CONSEJO DE REDACCIÓN, 1985-2007

El número conmemorativo de los diez años –presentación del Nº 51-52– es suficientemente claro al rescatar los pilares fundacionales e incrementar altura en su vuelo: primero, servir de canal de expresión de las inquietudes que el moderno proceso de la comunicación social suscita, a cada momento, en los profesionales de la misma; segundo, ser y hacer una *Comunicación* sobre comunicación, de comunicadores y para comunicadores, con análisis constructivos, creadores y críticos como la condición de posibilidad de lo que, no existiendo, debería llegar a existir en Venezuela y América Latina.

De lo que se desprenden dos importantes consideraciones. 1ª La consistente vocación al rigor científico con la genial habilidad de presentar los trabajos de tal forma que sean asequibles hasta para los no *iniciados*. Elogiable estrategia que les posibilita divulgar lo investigado y de forma

asertiva. Plausible es también el perenne esfuerzo por tratar de hacer compatible la monografía sólida con el seguimiento informativo del fluido acontecer comunicacional. 2ª Llama la atención que Venezuela –en el contexto latinoamericano– y su gente menos favorecida serán permanentemente incorporados en la reflexión para buscar las alternativas desde donde puedan emerger sus voces y sus quehaceres. Esa militancia sin dogmatismos les hizo lo suficientemente fuertes como para no permitir que su libertad expresiva fuese hipotecada por eventuales factores o intereses espurios y extraños. Al mismo tiempo, la revista, que ha seguido una definida línea editorial, ha logrado servir de plataforma amplia para una gama variada de estilos y pensamientos.

HUMANISMO Y ACADEMIA HERMANADOS

Esta contribución tan sólidamente sostenida únicamente es posible gracias al equipo humano y de *hermanos* tan cohesionado,¹ tan consecuente y con una elevada mística de servicio orientada a desarticular críticamente a las formas y mecanismos vigentes de opresión comunicacional, preparados para elaborar teorías y evaluar experiencias de *comunicación alternativa* en todo momento. Quizá el aporte más característico consiste en su propia práctica, hondamente alternativa, de investigación en equipo.

3º LÍNEAS DE LOS MIEMBROS DE COMUNICACIÓN, 1985-2007

3.1. Línea alternativa

Nuevamente nos llega José Ignacio Rey con tres textos. El primero se titula “Subversivos o integrados. Lo alternativo en perspectiva Latinoamericana”. El segundo, “Comunicación alternativa en Venezuela. Apuntes para una agenda”. Y el tercero, “La comunicación alternativa y el discurso de la sociedad civil”. Artículos que están muy en conexión con toda su extraordinaria reflexión anterior. También se percibe que llegan para reiterar la postura del equipo *Comunicación* y amplificar la posibilidad de sistematización de toda una línea de pensamiento.

Las marcas de su pensamiento van por, 1ª El abierto rechazo a la estructura de comunicación hegemónica vigente. Mecanismo que produce o propone, de manera ciertamente no accidental, relaciones de dominación que se mantienen incluso con

la complicidad del dominado. Complicidad que afortunadamente es relativa y, desde luego, reversible. Alertando sobre la compulsión alienante de lo transculturizador. Así pues, la reversibilidad del proceso es posible con una comunicación alternativa bien plantada. 2ª Se pregunta si la pretensión de subvertir globalmente todo un modelo comunicacional no entra ya en el *terreno de la utopía*. A este respecto recuerda que las utopías nacen siempre a partir de necesidades reales, de situaciones extremas y, en todo caso, iluminan procesos en marcha, aquí indiscutiblemente reales. (Nº 82, 1993, pp. 73-75). 3ª Habla de subversión total del modelo porque de lo que se trata, en el fondo, es de la producción de *nuevas relaciones sociales a todo nivel*. 4ª Después del largo camino de los años 70 y 80 intuye que podría ser de gran utilidad la elaboración de *una agenda actualizada* en Venezuela desde la perspectiva intencionalmente privilegiada de los que *no tienen voz*, y de los que tienen como interés objetivo primario el cambio social. (Nº 86, 1994, pp. 44-46). 5ª Diagnostico y contextualización de la *comunicación alternativa y popular* de Sur América en medio de la crisis global. (Nº 90, 1995, p.p. 29-34).

Conclusión desde la perspectiva de Rey: son varias las tareas pendientes y urgentes que atender. *Primera*, ayudar a los dominados a que tomen conciencia de la dinámica cultural en curso. *Segunda*, estimular su propia capacidad de contrastar la tendencia dominante y elaborar una contracultura. Planteamientos que tienen un *profundo sentido político* y se enmarcan en el proceso de liberación de Latinoamérica. (Nº 82, 1993, pp. 73-75). *Tercera*, denunciar a quienes venían iluminando, en clave teórica, la práctica de la *comunicación alternativa o popular*. Es un hecho constatable que muchos de ellos han abandonado ese campo. Algunos, tímidamente, se han refugiado en un *academicismo estéril*, socialmente descontextualizado. La *comunicación alternativa*, con método y con inspiración propias, lo que busca es la creación progresiva de un *sistema integrado de genuinas alternativas comunicacionales*, que posibiliten la inclusión fácil de todos. (Nº 86, 1994, p.p. 44-46). *Cuarta*, regresar a las cenizas para desentrañar la originalidad del proyecto de *comunicación alternativa* que se inscribía en otro proyecto, más grande, de *educación alternativa*. Por otra parte, ambos proyectos se inscribían en un tercero, más grande todavía y de lar-

“

regresar a las cenizas para desentrañar la originalidad del proyecto de comunicación alternativa que se inscribía en otro proyecto, más grande, de educación alternativa. Por otra parte, ambos proyectos se inscribían en un tercero, más grande todavía y de largo alcance, inequívocamente político. Se trataba de que las mayorías pudieran capacitarse y organizarse en orden a llegar a tener participación activa y poder de decisión en el ámbito público

”

go alcance, inequívocamente *político*. Se trataba de que las mayorías pudieran capacitarse y organizarse en orden a tener participación activa y poder de decisión en el ámbito público. (Nº 90, 1995, pp. 29-34).

3.2 Línea comunitaria

La pauta de esta línea de investigación viene por la educomunicación. Y dos son los trabajos que lo sustentan. El primero es “La radio en Latinoamérica. Experiencias autónomas” de Carlos Correa. Texto que da cuenta de algunas prácticas de la comunicación radiofónica en América Latina y determina cuál es el grado de su aporte en la definición de una identidad común en la acción de la comunicación. Buen intento por la integración para promover valores de base y contenidos con mayor afinidad en los pueblos latinoamericanos. En segundo orden aparece “De la práctica comunicativa a la educación para la ciudadanía. El periplo venezolano de Mario Kaplún” de Jesús María Aguirre. Texto con un norte pleno de esperanzas con la educación como posibilidad de organización de las comunidades y que alumbraba la creación de microcosmos de participación comunitaria. Su legado en pro de crear nuevas dinámicas sociales, con fines estratégicos de progreso en la

ciudadanía, constituye una de las experiencias más ricas del acervo educomunicativo latinoamericano. (Nº 131, 2005, pp. 18-26).

Conclusiones. 1ª Promover los sucesos locales y los avances de las comunidades y analizar cuáles son los problemas y soluciones más globales con transmisión de los mismos por las emisoras populares que están ansiosas de producciones que tengan calidad técnica y de contenido. En este sentido, ALER desempeña un papel importante en la capacitación de personal para las emisoras radiofónicas. 2ª No se trata de una negación a los proyectos gubernamentales, ni de los que vienen del Norte, sino de una revalorización de lo diverso de nuestras culturas locales y punto de articulación acerca de lo parecido que somos, o de los problemas que enfrentamos. (Nº 62, 1988, pp. 18-27). 3ª Aguirre resalta que para Kaplún las posibilidades de gestar una nueva ciudadanía en sentido democrático se juegan según sean las relaciones raigales de comunicación que se establezcan en el nivel de la base. Toda su estrategia participativa va orientada en esa dirección y, además, hay que añadir a su favor, que paralelamente a su discurso, él comunicaba sentido de ciudadanía latinoamericana, de tolerancia religiosa y de apertura política. 4ª Reconociendo el aporte de la pedagogía educomunicativa de Kaplún para el apoyo a la ciudadanía quedan –para Aguirre– dos incógnitas sin resolverse: una que tiene que ver con las mediaciones políticas de su propuesta, que contraponen *Poder* y *Comunidad*. Esta oposición no deja de tener ciertas connotaciones anarquistas por cuanto no es concebible, ni siquiera en el seno de la *comunidad* la ausencia de poder y de asimetría generada, sea por las diferencias de edad, capacidad, experiencia, etc. En *segundo* lugar, la democracia comunicativa y la construcción de ciudadanía no es un plan con fecha de caducidad sino una condición que hay que defender y profundizar a largo plazo sin supeditar las microdinámicas a las soluciones nacionales. (Nº 131, 2005, pp. 18-26).

3.3 Línea popular

Se dificultó hallar algún artículo de los miembros del equipo que abordara específicamente la comunicación popular después de 1985. Los trabajos existentes (ya estudiados en Ricardo Martínez) han sido escritos antes de la fecha referida. Lo que sí es posible encontrar es el extraordinario trabajo de “Bibliografía sobre comu-

nicación, educación, cultura y capacitación popular”, con autores y publicaciones que van desde Venezuela y muchos otros países de Latinoamérica hasta el viejo continente europeo (España, fundamentalmente), realizado por Jesús María Aguirre. Síntesis bibliográfica de consulta y apoyo para investigadores en múltiples disciplinas que siempre tendrá vigencia y puede ser localizado en el N° 51-52 de 1985 y las páginas 177 hasta la 184 de *Comunicación*.

4° ESTUDIOS Y DOCUMENTOS DE TERCEROS, 1985-2007

4.1 Línea alternativa

Tulio Hernández escribe un texto sobresaliente desde la perspectiva de la sociología al que titula: “10 años de ¿alternativas en comunicación?” Después tenemos el título: “Puerto Rico. Idioma e identidad”, artículo de Isidro Sepúlveda Muñoz. Y por último un texto de Fred Stangelaar: “Comunicación alternativa y video cassette. Perspectivas en América Latina”, N° 49-50, 1985, p.p. 58-69 al que no tuvimos espacio para agregar.

Aportes de esta línea. Tulio Hernández insiste en las razones sociales para la búsqueda de *alternativas comunicacionales* sin convertir el concepto en mero instrumento que sirva para medir la *pureza* de las nuevas prácticas sino, por el contrario, en forma de conciencia, en acción ligada a la emergencia de nuevos procesos y nuevas demandas políticas, culturales y sociales. En primer lugar, afirma que su preocupación por la comunicación alternativa ha tenido la importante función de volcar la atención y las acciones hacia el terreno de la comunicación como hecho humano fundamental, desbordando los límites de *los medios*. Razón por la cual su interés fundamental se centra en los derechos, necesidades y aspiraciones de lo que tradicionalmente se venía aceptando como *masa receptora*, y no en los derechos de los profesionales de los grandes medios. En segundo lugar, cree en el ya enunciado sentido coyuntural de lo alternativo. Por lo tanto antes que elaborar una matriz ideal, y sin descuidar las preocupaciones por el carácter democrático, lo importante es tener una clara apreciación de la coyuntura y de la escala en que se está trabajando. Visto de esta manera, lo *alternativo* designa un principio de acción, regido por su carácter popular antiautoritario y antidiscriminador, y no por la posesión de determinados rasgos absolutos

“

Por lo tanto antes que elaborar una matriz ideal, y sin descuidar las preocupaciones por el carácter democrático, lo importante es tener una clara apreciación de la coyuntura y de la escala en que se está trabajando. Visto de esta manera, lo alternativo designa un principio de acción, regido por su carácter popular antiautoritario y antidiscriminador, y no por la posesión de determinados rasgos absolutos o medios ideales

”

o medios ideales. En tercer lugar, entiendo que lo *alternativo* en la Venezuela de nuestros días tendrá que ver con la reconquista de espacios para la disidencia y la crítica; con la reconstrucción y la creación de nuevos vínculos de solidaridad e intercambio laboral. (N° 51-52, 1985, p.p. 12-23). Luego Sepúlveda Muñoz, recoge documentadamente los zigzagueos de la política cultural y lingüística de Puerto Rico, sometido a la tutela estadounidense. La confrontación entre dos políticas, dos idiomas y dos identidades cobra particular relieve en la etapa de la globalización, cuando los resortes de la diversidad pugnan por su autonomía en la escogencia del bloque cultural estadounidense o sudamericano. (N° 85, 1994, p.p. 53-57).

4.2 Línea popular

En esta línea entran variados y destacados temas y autores, por ejemplo, “Cultura popular y medios de comunicación de masa. Resistencia y conformismo” de Margalit Berlin, así como el trabajo de María Cristina Mata, “Recepción e identidad popular”. El otro texto importante le pertenece a Pablo Ramos Rivero, José Jiménez Rosas y Daniel Diez Castrillo, con el título: “El video popular a las puertas del siglo XXI”. Mientras que, “Cuando la ciudad se entreteje en su tra-

dición” le pertenece a Yubirí Arraiz Pinto y Norah Gamboa. El año 2002 Iván Abreu Sojo publicó, “El graffiti en la V República”. Y cabe destacar otros cuatro artículos que por falta de espacio es imposible anexar: “Recepción e identidad popular” con la autoría de María Cristina Mata N° 77-78, 1992, pp. 32-42. “De las organizaciones populares a las civiles”. Tanius Karam, N° 117, 2002, pp. 04-11. “Las Culturas populares y comunicación” por Rosa María Alfaro Moreno, N° 126, 2004, pp. 12-19, y “El periódico vecinal como entrada a la comunicación popular” correspondiente a Cristóbal Alva, N° 55, 1986, pp. 63-68.

Aportes y conclusiones. 1° Margalit Berlin, busca diferenciar ciertas formas de conocimiento popular, expresiones artísticas, concretamente lírica popular con las telenovelas y fotonovelas. Esta diferenciación se basa, primero en un análisis de contenido de ambas expresiones culturales, y segundo, en un análisis del impacto que tienen una y otra forma sobre la comunicación entre los miembros de la clase obrera. Muchos de los temas en la lírica son también elementos que integran la temática de las telenovelas. La autora hace una comparación entre los contenidos de la lírica popular y las telenovelas. Las últimas resultaron severamente criticadas, pero es necesario recalcar que los medios de comunicación de masa no son empresas privadas que existen en abstracto, no operan en el vacío, están sujetas a la intervención estatal. (N° 56, 1986, pp. 86-95). 2° María Cristina Mata desde un punto de vista más sociológico recoge las fuentes que se reconocen en la propia experiencia de los sujetos populares, originada en su práctica social y transformada en representación de sí mismos. Representaciones que –las élites– elaboran acerca del *nosotros* popular. (N° 77-78, 1992, pp. 32-42). 3° Yubirí Arraiz Pinto y Norah Gamboa exploran y describen las *redes culturales* del Velorio de la Cruz de Mayo en Caracas como experiencia alternativa de comunicación, y una manifestación popular y tradicional que ha adquirido características que la configuran como propia del contexto urbano. (N° 82, 1993, pp. 15-21). 4° José Jiménez Rosas y Daniel Diez Castrillo, realizan un estudio del video popular entre expertos de Brasil, Colombia, Centro América, Islas del Caribe y Venezuela pertenecientes a diversas entidades vinculadas con la producción, difusión, conservación, capacitación y/o investigación del video popular. El resultado puede ser definido como

una de las mejores líneas en defensa de las diversas identidades culturales de Suramérica. (N° 106, 1999, pp. 64-65). 5° Un tema con pocos estudios en el país ha sido el *graffiti* de Ivan Abreu Sojo, no entendido como arte o expresión individual de sentimientos, sino como comunicación política. Enfoque desde lo que viene a ser un recurso antisistema en un país latinoamericano donde el anónimo encuentra su canal de expresión. (N° 119, 2002, pp. 97-107).

4.3 Línea comunitaria

Trazo de *Comunicación* donde se apuntan firmas como la de Enrique Alf González Ordosgoiti con: “Los Otros Circuitos. La Comunicación en las Comunidades Residenciales”, y títulos del calibre siguiente: “Las dos caras de las comunidades” de Beliana Yi Ng. Así como la pluma de Cicilia M. Krohling Peruzzo, con traducción de Jesús María Aguirre, con “Medios de comunicación comunitarios”. Aunque no entraron para su estudio también aparecen: “Por un periodismo comunitario” de Sirio Valbuena (N° 55, 1986, pp. 5-14); “Un proyecto de noticiero para las comunidades” de Carmen Alvarez (N° 71-72, 1990, pp. 72-77); “Las asociaciones de vecinos y su inserción en la sociedad civil” (N° 73, 1991, pp. 36-62); “Cultura, tecnología y modelos alternativos de desarrollo”, texto de Luis Guillermo Lumberras (N° 80, 1992, pp. 3-12); y finalmente Luis Javier Mier Vega con: “Jesús Martín Barbero: de la filosofía a la comunicación”. (N° 82, pp. 70-72, 1993).

Los aportes. 1° González Ordosgoiti concluye en que la presencia de este ámbito comunicacional residencial nos permite plantear la diversidad de circuitos comunicacionales en las sociedades Estado-Nación contemporáneas: Circuito Académico; Circuito Industrial-Masivo y Circuito Residencial. Estos circuitos tienen numerosos puntos de intersección pero no se solapan. (N° 82, 1993, pp. 12-14). 2° Beliana Yi Ng fija postura ante los periodistas que consideran a las comunidades como una *fuentes caliche*, de fácil acceso y de menor relevancia frente a otras informaciones. Resulta valioso su aporte al retar al periodista para que busque, además de los problemas, la solución de los mismos, las respuestas de las autoridades, o las experiencias donde se muestra la organización de los grupos vecinales solucionando. Su trabajo es un estímulo que viene a potenciar las organizaciones co-

“

Su texto es una síntesis de las construcciones teóricas acerca de la comunicación popular y alternativa en las últimas décadas en el Brasil y en América Latina. Destaca la claridad de las características de los medios comunitarios a finales del siglo XX con el pluralismo, la sintonía con las especificidades de cada realidad donde está inserta y la participación activa de entidades no gubernamentales y sin fines de lucro

”

munitarias y a fortalecer el tejido social. (N° 82, 1993, pp. 22-26). 3° Cicilia M. Krohling Peruzzo, su texto es una síntesis de las construcciones teóricas acerca de la comunicación popular y alternativa en las últimas décadas en el Brasil y en América Latina. Destaca la claridad de las características de los medios comunitarios a finales del siglo XX con el pluralismo, la sintonía con las especificidades de cada realidad donde está inserta y la participación activa de entidades no gubernamentales y sin fines de lucro. Se trata de experiencias innovadoras, principalmente las de implantación de canales comunitarios, pues representan algo nuevo en la historia de la televisión en el Brasil. (N° 106, 1999, pp. 42-47).

PARA CONCLUIR, DOS NOTAS INFORMATIVAS

No sería justo cerrar este estudio sin volver la mirada a los años setenta: primero, a la nota informativa que se titula “Radios comunitarias del mundo se reúnen en Nicaragua” con un breve texto que dice: Este año, y como resultado de una decisión tomada en Vancouver, donde se celebró el AMARC-2, la IIIª Asamblea Mundial de Trabajadores de Radios Tipo Comunitaria se realiza en Managua, Nicaragua, y su tema –como corresponde al país sede– fue: “Radio Comunitaria: una alternativa democrática y práctica de

comunicación para el cambio social”. El hecho de que este III encuentro se haya realizado en Nicaragua con un conflicto bélico sostenido por Reagan, prefigura una discusión y un ambiente de conformación entre la experiencia de los países desarrollados y las restricciones, limitaciones y urgencias políticas que plantea a los hacedores de radio alternativa la cruda situación sociopolítica latinoamericana. (N° 49-50, 1985, pp. 135). Segundo, “Un encuentro para la reflexión”. Entre las 10 de la mañana del sábado 15 de junio de 1985 y las 5 de la tarde, dudas, expectativas y experiencias recorrieron un camino pedregoso mientras el clima del lugar se iba haciendo cada vez más favorable. Hasta las dudas y conflictos que salían se despejaban con velocidad. La principal *conclusión* a la que llegaron fue de olvidar –por el momento– el calificativo *alternativo*, porque eran pocos los que se identificaban con el *paradigma de lo alternativo*. Fue un encuentro de alto nivel por haber logrado juntar a las experiencias de la gente de *La Voz de Caricuao* (los anfitriones), el *Equipo Cuartilla* (gremial), La Asociación de Prensa Vecinal y El Grupo 80 de la UCV. Así pues, el resultado fue de concreción de núcleos sinérgicos para quedar como organizaciones conectadas permanentemente para la práctica y para la teoría desde el respeto a cada uno de sus espacios. Esto permitió acortar distancias, superar diferencias y abrir caminos para la sistematización de vínculos en la línea alternativa y comunitaria en las zonas populares. (N° 51-52, 1985, pp. 190).

■ **Honegger Molina**
Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

Notas

- 1 **Gustavo Hernández** quiso dejar constancia escrita de la trascendencia para su vida de tener los mejores amigos en el Equipo de *Comunicación*. Y quienes ahora nos iniciamos en tan aquilata Escuela así lo sentimos y así lo vivimos desde la bienvenida y el saludo inicial. Al respecto llama la atención el texto de Gustavo: *Revista Comunicación: mi club de amigos*, donde expresa lo siguiente. Alguien dijo por ahí que éramos un club de amigos. Y no le falta razón. Somos y seguimos siendo un genuino equipo de amigos, profesores, intelectuales y pensadores que se reúnen desde hace treinta años para reflexionar y difundir nuestros puntos de vista (...) Aparte de ser mi familia, *Comunicación*, se convirtió en una escuela donde aprendí a sistematizar mis conocimientos y a encontrarme como docente, investigador y ser humano. (*Comunicación*, N° 130, p. 115, 2005).

LÍNEA CRONOLÓGICA: 1985-2007

Título	Autor	Número	Páginas	Año
Comunicación alternativa y video cassette: perspectivas en América Latina	Fred Stangelaar	49-50	58-69	1985
Evaluación de una fotonovela alternativa		49-50	135	1985
Subversivos o integrados: lo alternativo en perspectiva latinoamericana	José Ignacio Rey	51-52	7-11	1985
10 años de ¿alternativas en comunicación?	Tulio Hernández	51-52	12-23	1985
El pensamiento sobre comunicación alternativa en <i>Comunicación</i>	Ricardo A. Martínez	51-52	129-138	1985
Bibliografía sobre comunicación, educación, cultura y capacitación popular (Venezuela, América Latina y Europa)	Jesús María Aguirre	51-52	177-184	1985
Un encuentro para la reflexión		51-52	190	1985
Encuentro de Barinas: una nueva Venezuela		51-52	193	1985
Por un periodismo comunitario	Sirio J. Valbuena	55	5-14	1986
El periódico vecinal como entrada a la comunicación popular	Cristóbal Alva R.	55	63-68	1986
"Cultura popular y medios de comunicación de masa" - Resistencia y conformismo	Margalit Berlin	56	86-95	1986
La radio en Latinoamérica: experiencias autónomas	Carlos Correa	62	18-27	1988
Las radios comunitarias del mundo se reúnen en Nicaragua	Información	62	120-121	1988
Un proyecto de Noticiero para las comunidades	Carmen Alviarez	71-72	72-77	1990
Las asociaciones de vecinos y su inserción en la sociedad civil	Pasquale Nicodemo, Iván Abreu Sojo	73	36-62	1991
Recepción e identidad popular	María Cristina Mata	77-78	32-42	1992
Cultura, tecnología y modelos alternativos de desarrollo	Luis Guillermo Lumbreras	80	3-12	1992
Los otros circuitos: la comunicación en las comunidades residenciales	Enrique Alí González O.	82	12-14	1993
Cuando la ciudad se entreteje en su tradición	Yubirí Arraiz Pinto, Nora S. Gamboa	82	15-21	1993
Jesús Martín Barbero: de la filosofía a la comunicación	Luis Javier Mier Vega	82	70-72	1993
Las dos caras de las comunicaciones: entre la denuncia y la autogestión	Beliana Yi Ng	82	22-26	1993
Comunicación y ciudad: entre medios y miedos	Jesús Martín Barbero	82	73-75	1993
Puerto Rico: idioma e identidad	Isidro Sepúlveda Muñoz	85	53-57	1994
Comunicación alternativa: apuntes para una agenda	José Ignacio Rey	86	44-46	1994
La comunicación alternativa y el discurso de la sociedad civil	José Ignacio Rey	90	29-34	1995
Medios de comunicación comunitarios	Cicilia M. Krohling Peruzzo	106	42-47	1999
El video popular a las puertas del siglo XXI	Pablo Ramos Rivero, José Jiménez Rosas, Daniel Diez Castrillo	106	64-65	1999
De las organizaciones populares a las civiles	Tanius Karam	117	04-11	2002
Graffiti en la V República	Iván Abreu Sojo	119	97-107	2002
Culturas populares y comunicación participativa	Rosa María Alfaro Moreno	126	12-19	2004
De la práctica comunicativa a la educomunicación para la ciudadanía: el periplo venezolano de Mario Kaplún	Jesús María Aguirre	131	18-26	2005
El Estado comunicador y su especificidad: diagnóstico inacabado y estrategias	Marcelino Bisbal	134	60-73	2006

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

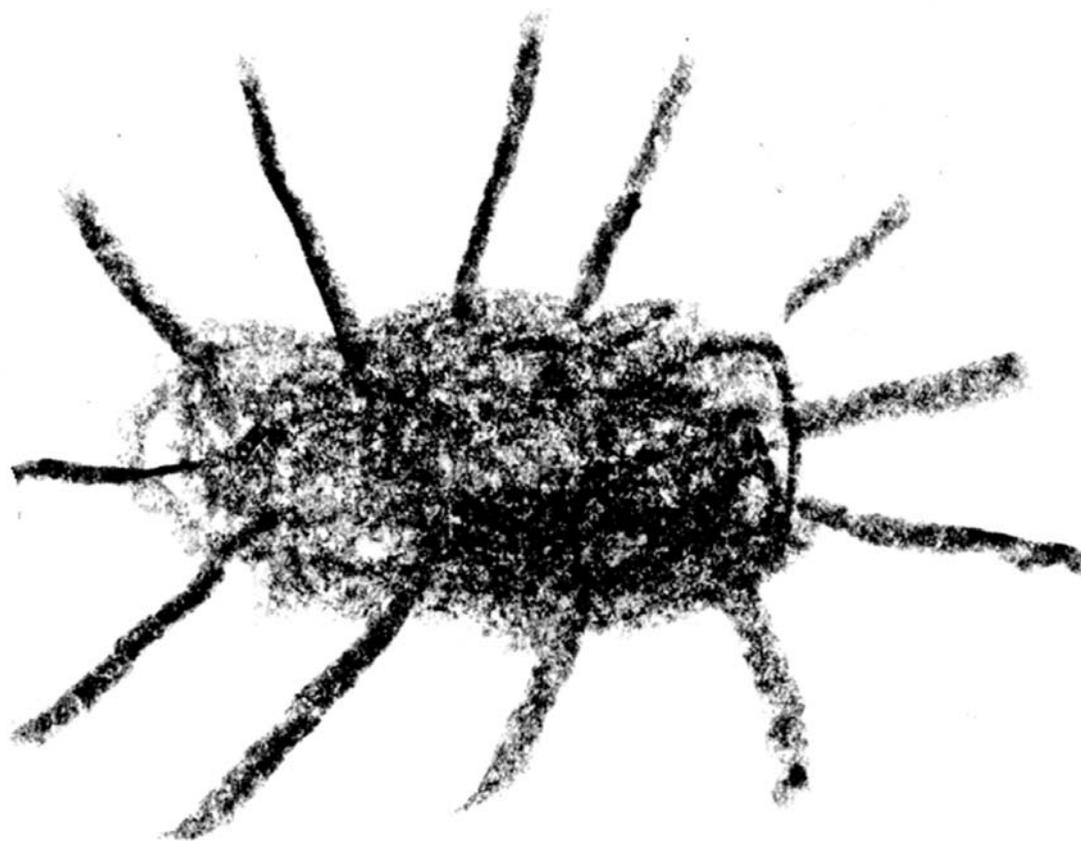
Título	Autor	Número	Páginas	Año
Comunicación alternativa y video cassette: perspectivas en América Latina	Fred Stangelaar	49-50	58-69	1985
Evaluación de una fotonovela alternativa		49-50	135	1985
Subversivos o integrados: lo alternativo en perspectiva latinoamericana	José Ignacio Rey	51-52	7-11	1985
10 años de ¿alternativas en comunicación?	Tulio Hernández	51-52	12-23	1985
El pensamiento sobre comunicación alternativa en <i>Comunicación</i>	Ricardo A. Martínez	51-52	129-138	1985
Un encuentro para la reflexión		51-52	190	1985
Encuentro de Barinas: una nueva Venezuela		51-52	193	1985
Cultura, tecnología y modelos alternativos de desarrollo	Luis Guillermo Lumbreras	80	3-12	1992
Jesús Martín Barbero: de la filosofía a la comunicación	Luis Javier Mier Vega	82	70-72	1993
Puerto Rico: idioma e identidad	Isidro Sepúlveda Muñoz	85	53-57	1994
Comunicación alternativa: apuntes para una agenda	José Ignacio Rey	86	44-46	1994
La comunicación alternativa y el discurso de la sociedad civil	José Ignacio Rey	90	29-34	1995
El Estado comunicador y su especificidad: diagnóstico inacabado y estrategias	Marcelino Bisbal	134	60-73	2006

COMUNICACIÓN COMUNITARIA

Título	Autor	Número	Páginas	Año
Por un periodismo comunitario	Sirio J. Valbuena	55	5-14	1986
La radio en Latinoamérica: experiencias autónomas	Carlos Correa	62	18-27	1988
Las radios comunitarias del mundo se reúnen en Nicaragua	Información	62	120-121	1988
Un proyecto de Noticiero para las comunidades	Carmen Alviarez	71-72	72-77	1990
Las asociaciones de vecinos y su inserción en la sociedad civil	Pasquale Nicodemo, Iván Abreu Sojo	73	36-62	1991
Los otros circuitos: la comunicación en las comunidades residenciales	Enrique Alí González O.	82	12-14	1993
Las dos caras de las comunicaciones: entre la denuncia y la autogestión	Beliana Yi Ng	82	22-26	1993
Comunicación y ciudad: entre medios y miedos	Jesús Martín Barbero	82	73-75	1993
Medios de comunicación comunitarios	Cicilia M. Krohling Peruzzo	106	42-47	1999
De la práctica comunicativa a la educomunicación para la ciudadanía: el periplo venezolano de Mario Kaplún	Jesús María Aguirre	131	18-26	2005

COMUNICACIÓN POPULAR

Título	Autor	Número	Páginas	Año
Bibliografía sobre comunicación, educación, cultura y capacitación popular (Venezuela, América Latina y Europa)	Jesús María Aguirre	51-52	177-184	1985
El periódico vecinal como entrada a la comunicación popular	Cristóbal Alva R.	55	63-68	1986
"Cultura popular y medios de comunicación de masa" - Resistencia y conformismo	Margalit Berlin	56	86-95	1986
Recepción e identidad popular	María Cristina Mata	77-78	32-42	1992
Cuando la ciudad se entreteje en su tradición	Yubirí Arraiz Pinto, Nora S. Gamboa	82	15-21	1993
El video popular a las puertas del siglo XXI	Pablo Ramos Rivero, José Jiménez Rosas, Daniel Diez Castrillo	106	64-65	1999
De las organizaciones populares a las civiles	Tanius Karam	117	04-11	2002
Graffiti en la V República	Iván Abreu Sojo	119	97-107	2002
Culturas populares y comunicación participativa	Rosa María Alfaro Moreno	126	12-19	2004



Servicio público en radio y TV

más contenidos y menos infraestructura

En el contexto de la sociedad venezolana y de cara a las perspectivas comunicacionales que vive el país, el reconocido investigador chileno Valerio Fuenzalida y el catedrático venezolano Jairo Lugo, compartieron con miembros de Comunicación sus impresiones sobre los alcances de la acción gubernamental en el horizonte mediático y las respuestas políticas que las audiencias ofrecen en climas de confrontación y polarización

■ Moraima Guanipa

Las políticas públicas en materia de comunicación e información, así como la radio-televisión de servicio público, sus tendencias y riesgos y el poder de recepción de las audiencias por encima del poder de emisión de canales públicos y privados fueron algunos de los temas que propiciaron una reflexión en común entre el maestro chileno Valerio Fuenzalida, docente de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile; Jairo Lugo, investigador venezolano y catedrático de la Universidad de Stirling (Reino Unido) y miembros del equipo de la revista *Comunicación*.

La conversación se realizó en ocasión de la presencia de Fuenzalida y Lugo como conferencistas invitados al I Coloquio Venezolano de Comunicación Política: *De lo estatal a lo público*, celebrado en junio pasado en la Universidad Católica Andrés Bello (Ucab) y organizado conjuntamente por el Centro de Investigación de la Comunicación (CIC) de la Ucab; la Escuela de Comunicación Social y el Instituto de Investigaciones de la Comuni-

cación (Ininco) de la UCV y la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic).

El presente *Hablemos* resume este encuentro con Valerio Fuenzalida y Jairo Lugo y en el que participaron Marcelino Bisbal, Andrés Cañizález, Gustavo Hernández, Carlos Delgado Flores, Honegger Molina y Miguel Ángel Latouche.

ENCUENTROS Y POLARIZACIÓN

El diálogo lo abrió Marcelino Bisbal, director de Postgrados en Comunicación Social de la Ucab, quien le solicitó tanto a Valerio Fuenzalida como a Jairo Lugo que compartieran sus impresiones sobre los cambios que en términos comunicacionales habían encontrado en Venezuela. En especial, le preguntó al profesor Fuenzalida cómo ha percibido el panorama comunicacional venezolano, más allá de lo político, desde su anterior visita al país en 1995 y la realizada en 2008.

Valerio Fuenzalida: “Lo primero que diría es que me ha sorprendido muy posi-



Expositores y Miembros del Consejo de Redacción



Valerio Fuenzalida



Honegger Molina



Jairo Lugo



Andrés Cañizález



Marcelino Bisbal y Carlos Delgado Flores

tivamente el encuentro que percibo aquí entre la Universidad Central y la Universidad Católica Andrés Bello. Yo he venido varias veces a Venezuela, creo que es la cuarta vez que vengo, y había tenido contactos con el Ininco, con Elizabeth Safar, pero los veía compartimentados. Es un hecho nuevo que me ha sorprendido y que me parece extraordinariamente positivo y quisiera incentivarlos a proseguir en este esfuerzo de reunión, de energía e intercambios. También he visto el interés de ustedes en tejer redes con el resto de las facultades y escuelas de comunicación del interior del país, lo que me parece muy interesante y valioso. Por el contrario, yo vengo de un país en el que las escuelas están muy encerradas, son competitivas y se miran con recelo unas a otras. Es posible que en Venezuela esta sinergia sea producto de las condiciones actuales en el país, pero si hoy día esas redes se tejen, probablemente van a resistir mejor otros momentos más democráticos, en los que quizás habrá tendencias más centrífugas. Creo que eso es altamente positivo, porque son formas de genera-

ción, de intercambio de conocimiento, por mucho que haya dificultades en el acceso a materiales escritos, a las bibliografías”.

Jairo Lugo: “Hace cuatro años y medio que no venía al país, aunque siempre me he mantenido en contacto a través de distintos canales. Trabajé como periodista en Venezuela hasta el año 1999 y lo que he observado, diez, once años después es que hay mucha polarización. Esto es algo que han señalado las investigaciones de la Católica y de otras partes, con muy buena data. El problema que se presenta en los medios de nuestro país es que esa polarización no da espacio o cabida al otro. Para mí este es el problema fundamental: no hay diálogos, no hay espacios comunes. Y es ahí donde entraría positivamente la creación de una radio-TV de servicio público que realmente sea independiente del gobierno y que permita a los ciudadanos dialogar sin distinción de su posición política. Evidentemente eso está muy lejos, pero creo que estamos en un momento histórico en el cual hay cierta unidad en estos criterios”.

En su opinión, en Venezuela tanto el gobierno como los sectores críticos a éste reconocen la necesidad de una radio-televisión de servicio público: “Tal vez hay un discernimiento muy diferente sobre cómo llegar allá. Eso es producto de las circunstancias pero desearía ver que ese espacio de diálogo público, de concertación, se concretara. Temo que no lo haya porque no solamente por el lado de la oposición, sino también por ciertas tendencias del gobierno en general no permiten que se abra ese espacio tan necesario de diálogo. De lo contrario, lo vamos a pagar en confrontación física. Creo, como observador externo del proceso venezolano, que con el referéndum constitucional, que lo perdió el gobierno, la gente hizo como *click*. La oposición encontró que es posible tener salidas políticas y la gente del gobierno vio que no estaban tan atomillados en el poder como creían. En el ámbito comunicacional hay politización; hay mucha narrativa, pero las narrativas no se escuchan unas a otras y hay, producto de eso, una serie de disonancias cognitivas con relación a la capacidad de la sociedad de entenderse”.

EDUCOMUNICACIÓN Y LA EXPERIENCIA CHILENA

Una nueva interrogante se le planteó a Valerio Fuenzalida en la voz de Gustavo Hernández: ¿Cómo fue el paso de la educación a los temas que actualmente ocupan su reflexión? La pregunta dio pie para que el investigador y docente chileno ofreciera una detallada relación de su experiencia de casi 40 años de trabajo e investigación en el campo comunicacional y en la *Televisión Nacional de Chile*. Rememoró los esfuerzos desarrollados en educación en Chile y el trabajo teórico que desplegaron en este sentido, especialmente en el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (Ceneca):

“Tomamos ciertas líneas teóricas muy distintas a las que llegaban especialmente de los Estados Unidos y que eran muy apocalípticas, satanizadoras de la televisión. Tratamos de desmontar ideológicamente lo que había detrás de esas líneas norteamericanas en las que hay mucha influencia de un puritanismo que es enemigo de lo icónico. Allí hay huellas muy profundas de la iconofobia que se transparentan en el temor a la televisión. Nosotros nos apartamos de esas huellas ideológicas, culturales. Fuimos creando una metodología, entendíamos que estábamos frente a un medio de la imagen, de lo lúdico, que había que entenderlo, com-

“

“Tomamos ciertas líneas teóricas muy distintas a las que llegaban especialmente de los Estados Unidos y que eran muy apocalípticas, satanizadoras de la televisión.

Tratamos de desmontar ideológicamente lo que había detrás de esas líneas norteamericanas en las que hay mucha influencia de un puritanismo que es enemigo de lo icónico. Allí hay huellas muy profundas de la iconofobia que se transparentan en el temor a la televisión

”

”

prenderlo. Pero además de esta distancia más intelectual, más académica, partíamos de la base de que los receptores no eran pasivos, que tenían algún nivel de actividad que nosotros desconocíamos. Subrayamos mucho la creación de materiales resultado de una investigación con audiencias y en metodologías cualitativas de investigación”.

A Fuenzalida, junto con Jorge Navarrete, empresario chileno conocedor del tema televisivo, le correspondió presentar una propuesta de renovación de la *Televisión Nacional de Chile* a finales de los años 80, luego de la salida de Pinochet del poder a raíz de perder un plebiscito, y la llegada a la presidencia de una alianza democrática encabezada por Patricio Alwyn. “Nosotros partimos convencidos de que *Televisión Nacional* no tenía que ser un canal de propaganda de la democracia ni del gobierno de Alwyn, sino un canal plural”.

Una década de experiencia al frente de las investigaciones cualitativas de la *Televisión Nacional de Chile* y en los años siguientes con su retorno a la Universidad Católica en el área audiovisual, le sirvieron de acopio vital para insistir en la necesidad de prestarle oídos a las audiencias:

“A través de los estudios de audiencia me fui dando cuenta de la importancia del hogar. El hogar es la situación básica de

recepción y los padres de familia están aterrizados frente a la televisión porque es común señalar que produce mucho daño, provoca violencia y todas estas ideas que durante los 70 y los 80 se divulgaron tanto. El hogar no tiene instrumentos para manejar esto. Recién estoy retomando algo que abandoné durante diez años y fue todo este esfuerzo de educomunicación, pero con este nuevo enfoque más centrado en el hogar, en la familia y en cómo equipar a los padres para manejar un medio que les produce mucha ansiedad y temor. Yo estoy convencido de que la televisión tiene muchas cosas que aportarle a los niños y a las familias, pero si eso no se hace de una manera más elaborada, más conciente, va a pasar desapercibido”.

UN CONCEPTO POR REDEFINIR: RADIOTV DE SERVICIO PÚBLICO

Andrés Cañizález: “Me gustaría que esas cosas que hemos conversado las pudiéramos en común: ¿Qué es lo que se está entendiendo por medios de servicio público? ¿Qué se está pensando en Europa sobre los medios de servicio público? ¿Cuál es el debate que se está dando en el contexto europeo sobre esa temática?”.

Jairo Lugo: “En los últimos cinco años, he asistido a diferentes congresos en Europa sobre radio-TV de servicio público y el tema central de todos, sin excepción, ha sido la redefinición de lo que hoy entendemos con este término. El concepto en sí para los europeos es muy importante porque de eso depende el tipo de políticas que van a desarrollar. Todas esas discusiones que se han tenido en Europa parten de la visión según la cual se debe educar, informar y entretener, pero que ha sido revisada profundamente también a la luz de los cambios tecnológicos. Por ejemplo, la televisión digital, que aquí en Venezuela apenas estamos discutiendo, ya en Europa es una discusión pasada. Lo que se está discutiendo hoy es sobre la televisión vía computadora: hay entre 12 y 15 % de público británico que no tiene televisor en su casa sino una computadora en la que ve la TV. Esto tiene implicaciones diversas, porque esa gente que ve televisión en su computadora no se le aplica la ley de la licencia, no paga”.

Lugo ofreció varios ejemplos referidos al Reino Unido, país en el que reside y donde según expuso, se vienen desarrollando experiencias concretas de televisión digital –también llamado *switch over*– el satélite, el cable, la caja digital vienen despla-

zando a la TV de señal abierta. El especialista caracteriza este fenómeno como expresión de “un cambio paradigmático”:

“Esos cambios tecnológicos, sociales, políticos, han incidido en el concepto de radio-TV pública. Creo que en Venezuela estamos muy concentrados en el área de infraestructura. Es decir, cuando decimos: tenemos que tener una televisión de servicio público a lo que aludimos es a la idea de una planta, unas antenas, unos estudios, cuando la realidad que se está imponiendo en otras partes es otra. Al Estado le tocaría concentrarse en los contenidos y en las regulaciones, mientras deja a otros que se concentren en las plataformas. Este pensamiento pudiera parecer una noción de *laissez faire*, de dejar pasar, pero responde a las condiciones empíricas existentes. Cuando en el Reino Unido hay más del 10% de la población que no ve televisión de señal abierta sino a través de computadoras; cuando 85% de la gente ve televisión bien sea digital, por cable o satelital, el fenómeno de las señales abiertas ya no tiene la relevancia que tenía y lleva a repensar el concepto de televisión de servicio público que puedas mejorar e incrementar los niveles de educación, los niveles de cultura y ofrecer además una información balanceada. Se presenta un escenario completamente diferente, donde hay un público fragmentado que tiene acceso a una TV con 50 o 60 canales. En ese escenario, incorporar un canal entre los otros 100 canales o más, si éste es de servicio público o no es irrelevante. Es el contenido el que va a determinar si la gente lo va a ver”.

Lugo utilizó como ejemplo el estado Zulia, donde funcionan unas 12 estaciones de TV privadas por cable para una población de menos de 3 millones de habitantes. “Hay doce canales que prácticamente se transmiten desde el garaje de una casa. No sé si hay un fenómeno parecido en otra parte de Venezuela, pero en Maracaibo existe una pléyade de canales. Ante esa tecnología, obligar a un Estado a montar un canal propio va a ser completamente irrelevante”, sostuvo.

Destacó el dato que le ofreció Andrés Cañizález, en cuanto al incremento de suscriptores de TV por cable en el país luego de que *RCTV* pasó a operar en esta señal, a raíz de la decisión del gobierno de no renovar la concesión que por 50 años el canal había mantenido en señal abierta. “Este aumento del 20 y 40 % de la población con TV por cable resulta asombroso para un país como Venezuela, con un ingreso por persona de menos de 2.500 dó-

“

“Hay doce canales que prácticamente se transmiten desde el garaje de una casa. No sé si hay un fenómeno parecido en otra parte de Venezuela, pero en Maracaibo existe una pléyade de canales. Ante esa tecnología, obligar a un Estado a montar un canal propio va a ser completamente irrelevante”, sostuvo

”

lares por año. Tenemos que repensar el concepto de radio televisión de servicio público en función de esas nuevas realidades”, puntualizó Lugo.

VENEZUELA: MÁS QUE PÚBLICO, GUBERNAMENTAL

Gustavo Hernández: “Hay un elemento interesante a partir de lo expuesto por Jairo, quien planteó la idea de no ver la infraestructura cuando se aborda el tema de los servicios públicos de televisión. Él tiene el modelo, el canon del Reino Unido, pero en la circunstancia actual que está viviendo Venezuela hay que separar varios temas. En primer lugar, los servicios de televisión que llaman públicos son gubernamentales. Por otro lado, no hay que separar del contexto la experiencia que se está viviendo actualmente, porque no es lo mismo plantear el tema de los servicios públicos en las décadas de los 70, 80 y 90 y lo planteado hoy en día cuando existe una gran polarización política y el gobierno de turno utiliza, como en el pasado lo hicieron también otros gobiernos pero ahora superlativamente, el aparato ideológico. Incluso en el caso de *VTV*, el mismo gobierno de Chávez había anunciado que iba a transformarlo en servicio público pero nunca lo hizo, y también prometió un servicio público a través de *Tves*.

Esto fue un gran fracaso, una gran mentira del gobierno porque lo que está haciendo *Tves* de manera muy sutil es propaganda gubernamental. Nosotros (en el *Ininco*) venimos planteando desde hace más de tres décadas la idea de no gubernamentalizar el servicio público de televisión, independientemente de que éste no se haya adaptado a las grandes exigencias de la mediación biotecnológica. Estoy de acuerdo con que un servicio público de radio-TV debe competir con los canales por suscripción; tiene que presentar una programación atractiva sin que ello desmerite su visión para el público y con el público”.

Luego de afirmar que “todavía ni en Venezuela ni en el mundo se ha creado el servicio público de televisión ideal, si bien se intentó en Inglaterra y en Francia”, Hernández consideró clave que cualquier servicio público de radio televisión esté en función de lo señalado anteriormente por Valerio Fuenzalida con relación a prestarle atención a las audiencias: “No es la mediación de los medios, sino la mediación de las audiencias”, enfatizó.

“Las audiencias —expuso Hernández— son un factor importante dentro del proceso comunicacional, pero siempre fueron vistas por los programadores como un número, como el *rating*, que ciertamente es importante, pero nunca se les preguntó desde otras metodologías qué es lo que necesita el país. La televisión pública requiere que esté en correspondencia con los avances del desarrollo, como dijo Jairo (Lugo). A lo mejor es mal vista porque no se ha adaptado a las tecnologías de punta y porque no ha hallado el mecanismo idóneo para competir con la televisión por suscripción”.

Marcelino Bisbal: “Si vemos cómo está el uso de Internet en el contexto venezolano, que creo está por el orden de un 15 % o 20 %, uno se pregunta si es posible plantear otra televisión como la de tipo digital. Evidentemente no es posible en esta realidad. ¿Qué es lo que marca esta realidad? Que hay una brecha entre países del Primer Mundo y países del Tercer Mundo. Esta es una brecha muy difícil de llenar. Nuestra realidad y nuestro contexto es totalmente distinto al que plantea Jairo”.

Jairo Lugo: “Lo que yo estaba diciendo es que nosotros, deberíamos concentrarnos más en la generación de contenidos y que esos contenidos se pongan en las plataformas existentes, antes que estar con-

centrados en tener una planta. Creo que con la fragmentación de las audiencias sería más importante, por ejemplo, una ley que obligara a todas las plataformas existentes a transmitir una determinada cantidad de contenidos o poner disponible espacios. Incluso los norteamericanos que son la sociedad de la privatización, la ley de cable exige a las compañías que transmitan los canales locales de las alcaldías o del equivalente de las alcaldías. Eso se lo exigen en la ley. Nosotros todavía manejamos la idea de que tenemos que tener una televisora como tal. Más allá de eso, la tarea estratégica es garantizar que el contenido de radio y televisión de servicio público esté presente en esa fragmentación de medios que tenemos, ya sea digital, por cable o satelital. Por ejemplo, ¿quién le dice a DirecTV que tiene que transmitir el contenido del canal local de la Universidad del Zulia o de la Universidad Central de Venezuela? No hay una ley que diga eso. Y creo que esa legislación es la que deberíamos promover para garantizar la difusión de los contenidos, más que garantizar la existencia de una infraestructura”.

Andrés Cañizález: “¿Qué opinas tú, Valerio, desde tu experiencia?”

Valerio Fuenzalida: “Me parece que estos planteamientos hay que asumirlos. Pongo un ejemplo: en Estados Unidos, a comienzos de la década del 90, el senado dictó la *Television Act*, que después sufrió algunas modificaciones. Es una ley que obliga a los canales a transmitir una cantidad de programas infantiles con ciertas características. Esa obligación generó en Estados Unidos, una enorme cantidad de programas infantiles muy interesantes y que habría que mirarlos porque están hechos con asesoría de psicólogos, de educadores. La ley también obligaba a una cierta evaluación y esto ha estado operando. El año pasado, un canal latinoamericano declaró durante una evaluación que estos contenidos educativos eran unas telenovelas mexicanas que ellos transmitían y le aplicaron una multa descomunal. Ese caso fue ejemplar para advertir a otros canales. Hay algunas áreas en las que el tema de los contenidos es muy fructífero como una nueva generación de programas infantiles interesantes que están alejados de la idea de escolarización y están promoviendo, por ejemplo, el protagonismo de los niños, la autoestima infantil, la confianza, la capacidad de iniciativa, la curiosidad. Y esto es obligatorio para todos los canales”.

“

“América Latina está en otro ritmo y en otro tiempo, creo que también tenemos características como audiencias que hay que tomarlas en cuenta. Somos un continente que vibra con algunos géneros televisivos, la telenovela es claramente un género social en su recepción. Las grandes telenovelas son comentadas

”

Luego de plantear el ejemplo estadounidense, Fuenzalida se remitió a la realidad latinoamericana y en esta perspectiva se sumó a lo planteado por Bisbal en cuanto a las diferencias existentes en el universo comunicacional latinoamericano: “América Latina está en otro ritmo y en otro tiempo, creo que también tenemos características como audiencias que hay que tomarlas en cuenta. Somos un continente que vibra con algunos géneros televisivos, la telenovela es claramente un género social en su recepción. Las grandes telenovelas son comentadas. El tema de los contenidos me parece muy interesante, muy plausible, hay que pensarlo, pero también hay que pensar en nuestras propias características”, puntualizó.

Las diferencias también se ponen de relieve, según su punto de vista, en aspectos empresariales que igualmente inciden en la acción de los medios: “Somos un continente muy dividido, con una capa empresarial muy diferente a las capas empresariales del Primer Mundo. Aquí todavía tenemos un empresariado muy anticuado, explotador, que no entiende que las sociedades tienen que acoger al sector obrero. Creo que esos sectores empresariales, cuando operan medios de televisión lo hacen con ciertos énfasis. Un servicio público en América Latina tiene que equilibrar estos desbalances tan fuer-

tes y que no se van a solucionar porque traigamos plantas tecnológicas. Parte de los esfuerzos del Estado en sus políticas más progresistas es equilibrar estas cosas que son muy fuertes. Nosotros tenemos una miseria que no existe en Europa y tenemos una insensibilidad que no existe allá tampoco. Me inquietan los informativos. Cómo vamos a garantizar servicios informativos plurales en un esquema de generación de contenidos. Es muy fácil prometer vamos a ser pluralistas, pero firmar un papel con declaración de intención no es garantía. Todos estos temas hay que ponerlos en la mesa de discusión”.

OTRO RETO: LOS INFORMATIVOS

Marcelino Bisbal: “Un dato interesante es que nosotros, al menos en el contexto de Venezuela, le damos mucha importancia al tema de los informativos. El último estudio en el que yo he trabajado sobre consumo cultural en el país, para la investigación Pobreza de la UCAB que de alguna manera es la investigación estrella y va por su segunda parte, descubrimos algo que ya habíamos encontrado a mitad de la década de los años 90: cómo el género de los informativos pasa a ocupar el primer lugar de preferencia, por encima de las novelas o de los melodramas y por encima de las teleseries. La explicación que le dábamos a ese cambio era que el tema político, tan conflictivo por el momento que vivía el país, hacía que la gente se interesara por los informativos y dejara en un segundo lugar géneros como teleseries y melodramas. Ahora en este estudio, que lo tenemos casi completo y a nivel nacional, volvemos a descubrir lo mismo, nuevamente en consumo televisivo tenemos lo siguiente: información en primer lugar; melodrama o telenovela en segundo lugar y en tercer lugar las teleseries. Se vuelve a repetir el fenómeno, rompiendo lo que teníamos antes del año 98 y quizás rompiendo el esquema de lo que pasa en otros países. No sé si la explicación se debe a que todavía el proceso político que vive el país, tan polarizado pero quizás menos que antes, hace que la gente acuda a la información, al género informativo para enterarse de lo que está pasando aquí y allá. Quizás desde ahí, desde el mundo académico es donde hemos querido realzar el género informativo, para que éste sea lo más plural posible y logre cubrir el espectro de todas las opiniones de un lado y de otro”.

Jairo Lugo: “No me sorprende que sea ese el caso en Venezuela, porque en ambientes altamente polarizados la gente necesita de información noticiosa o noticia dura para orientarse. Hay un ambiente de desasosiego y la gente necesita saber qué está pasando y busca la información como orientación. Pero creo que también ha habido otro cambio que sería bueno investigar y es el tema del contenido de los noticieros. Cuando me fui de Venezuela los noticieros eran muy distintos a los noticieros que he visto ahora. Siempre ha habido ese énfasis en el problema del barrio, pero los grandes medios se han vuelto más comunitarios, al punto que *El Universal*, que es un periódico nacional, tiene un cuerpo que ahora se llama “Caracas”. También sería interesante ver si ha habido un cambio en la estructura noticiosa y en la agenda noticiosa de esos medios. Un dato más: la *BBC* lanzó hace varios años la *BBC 24* horas, un extraordinario canal, muy bien hecho, transmitido por cable, por satélite, pero el canal es un desastre desde el punto de vista de audiencia; tiene menos de 500 mil personas de audiencia e incluso más bajo y se ha hablado de días en los que no ha llegado a 150 mil televidentes en un país de 60 millones de habitantes. Es un canal noticioso de 24 horas. Esta es una realidad completamente opuesta a lo que hay en Venezuela, donde estos géneros han crecido en términos de la audiencia”.

Andrés Cañizález le recordó a Lugo el caso de *Globovisión* en Venezuela y éste a su vez comentó que *Globovisión* en sus comienzos tenía un *rating* de 7 y 8 % debido a que se transmitía sólo en UHF. “Hoy –agregó– ha logrado en ciertos períodos 35 y 40% de *rating*, una cosa impensable hace 10 años. Los medios reflejan realidades donde las sociedades operan y más aún en una sociedad polarizada. Pero este dato es extraordinario y me gustaría consignarlo”.

Gustavo Hernández: “Lo que llama la atención de toda esta conversación es que el género comunicación política a través de la televisión ha ocupado en Venezuela un lugar importantísimo. En 1996 hice un estudio de los 18 canales que existían a nivel nacional, analicé un día de programación y observé que el estándar de las televisoras privadas tenía en primer lugar los argumentales, después los informativos y luego los documentales. Hoy en día, cuando repito el estudio y tomo al azar medios privados y gubernamentales, el género tanto en unos como en otros es la

“

Si uno mira los datos generales en América Latina los canales informativos tienen unas audiencias realmente mínimas. BBC, CNN, Telesur no figuran, están en las líneas que dicen cero. Estas ideas de que la comunicación es potentísima no sólo han sido criticadas, puestas en cuestión, sino que tampoco hay una confirmación empírica que las avale”

”

comunicación política. Hay que diferenciar entre los canales temáticos, algunos dirigidos a difundir comunicación política, informativos y programas de opinión y los canales generalistas que tienen un programa de opinión y sus informativos tres veces al día. Pero exceptuando *Globovisión* y tomando sólo el parque de las televisoras gubernamentales y las privadas, el género que destaca por encima de la publicidad es la comunicación política, por encima de géneros tradicionales como la telenovela o las comiquitas. Aquí, a diferencia de lo que sucede en Chile y otras partes, los programas infantiles son enlatados o *sites com*. En un pasado hubo una serie que se llamó “Los del Galpón”, que se transmitió por *VTV* y otro que se llamó “La Pandilla de los siete” que era un género infantil hecho en Venezuela, pero no se le dio la debida promoción aunque era atractivo para los niños. La TV venezolana, y eso hay que reconocerlo, está muy influida por el modelo norteamericano. Por tanto, cuando se habla de informativos el ideal para una sociedad como la latinoamericana está muy lejos de llegar todavía porque el modelo que se impone y se reedita en nuestra televisión es *CNN* y esto también lo siguen los canales gubernamentales”.

Hernández subrayó lo que considera un cambio importante en el horizonte co-

municacional venezolano del presente, como lo es el hecho de que el gobierno cuenta no sólo con medios tradicionales como radio, prensa, televisión sino que también viene penetrando el mundo de las telecomunicaciones. “Internet –sostuvo– es un campo que el gobierno está asumiendo de manera muy frontal así como la telefonía móvil y satélite. El gobierno está utilizando el satélite Simón Bolívar como plataforma para difundir sus propios programas, al igual que *Telesur* que es un canal donde el gobierno es el accionista mayoritario. ¿Qué es lo que se observa cuando se ve *Telesur*? Aunque no lo he analizado en detalle, lo que encuentro es el túnel del tiempo, este canal va hacia atrás; su programación es tendenciosa, a favor de los intereses del gobierno y sirve de plataforma internacional para que el gobierno del presidente Chávez pueda cristalizar su proyecto político, lo que llama socialismo del siglo XXI. Eso es lo que tenemos y eso lo han aprovechado de manera muy clara el Presidente y sus asesores para hacerse de las telecomunicaciones como un vector importante para difundir su comunicación política”.

Valerio Fuenzalida: “Personalmente desconfío mucho de la eficacia de esa política (del gobierno), porque corresponde a ideas académico-políticas que están puestas en cuestión. Yo escuchaba a Marcelino (en su ponencia durante el Coloquio) cuando hacía este recuento de las acciones emprendidas por el gobierno de Chávez para servirse de una estrategia política basada en el poder de los medios. Pero el resultado de esa estrategia política fue que el gobierno perdió el referéndum (2D, del 2-12-07). Entonces ¿Dónde está el poder omnipotente de los medios? Yo le he escuchado a muchas personas, incluso en Brasil, donde también han tenido canales satelitales, decir que tienen un canal muy exitoso en contenidos pero nadie lo ve. Si uno mira los datos generales en América Latina los canales informativos tienen unas audiencias realmente mínimas. *BBC, CNN, Telesur* no figuran, están en las líneas que dicen cero. Estas ideas de que la comunicación es potentísima no sólo han sido criticadas, puestas en cuestión, sino que tampoco hay una confirmación empírica que las avale”.

INFOENTRETENIMIENTO Y CONTROL

Gustavo Hernández: “Cuando uno se refiere al parque tecnológico gubernamental no hay que pensar que estamos su-

bestimando a la audiencia. Yo diferenciaría en este caso el poder de emisión al poder de recepción de las audiencias. El gobierno nacional tiene poder de emisión, de transmisión, de difusión, que además tiende a expandirse hacia los canales privados a través de una nueva modalidad de comunicación política que ha inaugurado el Presidente de la República, como son las megacadenas. Esas megacadenas le dan al Presidente un enorme poder de emisión porque invade el sector privado de la televisión y esto lleva a la gente a mudarse rápidamente para los canales por suscripción. En el caso venezolano no estamos hablando de cadenas de diez minutos sino de megacadenas que pueden durar siete horas y media, el equivalente a casi una jornada de trabajo y donde hasta los ministros están sentados escuchando al Presidente. Como audiencia uno quiere ver su programa y si hay cadena cambia el canal, pero cuando te invaden tus canales privados ya hablamos de una política que quiere imponerse”.

Jairo Lugo: “Quiero destacar un punto muy importante al que se refirió Valerio y es que el gobierno en estas últimas elecciones tenía un control mediático mucho mayor del que había tenido desde sus inicios y, sin embargo, por primera vez desde 1998 perdió unas elecciones. Creo que la razón de esto, aunque también es una especulación hipotética, es que el gobierno controla la comunicación política, pero no controla lo que algunos teóricos han venido llamando el infoentretenimiento. El gobierno no controla el entretenimiento como información política, que es mucho más poderoso que los informativos. La gente ve los informativos de cualquier índole con cierto filtro, pero cuando la gente ve entretenimiento no tiene esos mismos filtros activados. ¿Qué proceso de comunicación política más poderoso puede haber en la historia de Venezuela que la novela “Por estas calles”? Esa novela fue un fracaso internacional porque sólo se pudo vender dentro de Venezuela, pero creo que fue una de las de más larga duración en el país y como proceso de comunicación política fue absolutamente poderoso. Yo estoy convencido, por ejemplo, de que los gobiernos le temían más a “Radio Rochela” como proceso de comunicación política que a los noticieros, porque la “Rochela” no solamente los ridiculizaba sino que les cuestionaba su autoridad. Para mí, la razón del por qué el gobierno venezolano, a pesar de tener esta presencia, este monopolio en los medios,

“

“Hacia donde apuntan las últimas intervenciones, tanto las de Valerio como las de Jairo, es que aun cuando tengas el poder de emisión, controles y hagas cadenas, que durante el mes previo al referéndum duraron entre tres y cinco horas, la audiencia hizo la lectura que le convenía más allá de que mediáticamente se diera una saturación real

”

pierde el referéndum fue porque no controlaba y son incapaces todavía de generar el infoentretenimiento como proceso de comunicación política”.

Gustavo Hernández: “Es un aspecto importante que se mencione ‘Por estas calles’. Ibsen Martínez no tenía previsto en su guión que la novela durara tantos capítulos. Esa telenovela tenía algo particular y era que luego le seguía el noticiero “El Observador”. Uno no sabía a quién temerle más, si a “El Observador” o al orate que terminaba hablando sobre el país al final de la telenovela o al *hombre de la etiqueta*, otro personaje que se encargaba de liquidar a los malandros en “Por estas calles”. Lo cierto es que fue un momento de comunicación política muy importante en el país. Tengo como hipótesis que esos programas, al exacerbar tanto el desprestigio de los partidos políticos, de alguna manera operaron como agentes coadyuvantes para que se diera lo que tenemos hoy en día. El desprestigio de los partidos políticos, que no estaba en el guión de Ibsen Martínez, fue usado por el grupo IBC (grupo de empresas que incluyen a RCTV), sin saber las consecuencias nefastas a futuro con el gobierno que tenemos”.

Miguel Ángel Latouche: “No estoy muy seguro de que la tesis de la pérdida

del referéndum tenga que ver con el problema del infoentretenimiento. Chávez ha sido exitoso cuando ha sabido leer con claridad los signos de los tiempos, como diría Ortega y Gasset, y ha seguido la dinámica de la realidad venezolana. Creo que en este caso (del referéndum del 2D) la lectura que realizó fue equivocada y el mensaje que montó para la sociedad venezolana fue equivocado. Nadie estaba comprando la ruta del socialismo del siglo XXI, no de la manera radical como se presentó en ese caso. Visto no sólo desde lo teórico sino también desde lo que uno sintió como ciudadano, hubo una radicalización muy impresionante meses antes del referéndum y esa radicalización fue rechazada por la sociedad venezolana en su conjunto. Creo que Hugo Chávez no contó en ese caso con las redes sociales locales, dentro de las cuales también había algún rechazo importante de las propuestas referendarias”.

Andrés Cañizález: “Hacia donde apuntan las últimas intervenciones, tanto las de Valerio como las de Jairo, es que aun cuando tengas el poder de emisión, controles y hagas cadenas, que durante el mes previo al referéndum duraron entre tres y cinco horas, la audiencia hizo la lectura que le convenía más allá de que mediáticamente se diera una saturación real. Cuando sumas todo el conjunto de medios que maneja el Estado, más los medios privados que están neutralizados como *Venevisión* y *Telegen*, la situación resulta bastante desigual. Sucedió lo mismo en 1998 pero al contrario. En el 98 hubo una campaña fuerte contra Chávez y la gente no leyó ese discurso mediático, hizo su propia interpretación sobre el momento político y terminó votando a favor de Chávez”.

Valerio Fuenzalida: “A ustedes se les abre una oportunidad de investigación y es indagar cómo la gente construye sus percepciones y no es influenciada por este poder mediático de emisión que parece tan fuerte y que según la teoría debería tener un impacto de conversión política o de votación electoral muy grande. ¿Qué es lo que explica esto? ¿Cómo reconstruir las formas de comunicación que hace que la gente conceptualice de otra manera y finalmente diga: no voy a hacer caso a todos estos mensajes televisivos? ¿Qué es lo que influye? ¿Cuáles son esos sistemas de conversación, de comunicación? Creo que es un momento que puede ser muy pasajero y no vuelve a presentarse”.

Honegger Molina: “Una anécdota: hace un tiempo hice una pasantía en *TVFamilia* y un día tomé un taxi porque iba apurado. Cuando le pedí al taxista que me llevara hasta el canal, me dijo que ese era su canal preferido. Le pregunté por qué lo veía y me dijo: porque es el único, de los dos lados, que no nos está presionando ni estresando. Hay gente que rompe por la calle del medio y opta por un canal que no tiene ninguna fuerza comunicacional”.

Carlos Delgado Flores: “Quería referirme a la experiencia del 2D. Dadas las implicaciones que tenía, comencé a investigar guiado por una hipótesis: durante el 2D se produce el primer episodio serio y masivo de elección racional del país. Esto supone a su vez un cambio importante en la cultura política. La cultura política del venezolano no es moderna, en el sentido de que no está centrada en decisiones autónomas en términos racionales. Son decisiones muy influidas por lo emocional y por la lógica clientelar. El voto ha sido considerado un instrumento de captación de renta, o bien como apuesta al ganador o como voto castigo, cuando el convenio queda incumplido. Pero el fenómeno del 2 de diciembre fue completamente diferente. Estamos hablando de un Estado que gana el control casi absoluto del espectro radioeléctrico al sacar del aire a *RCTV*, que cubría el 53% de la audiencia, y al lograr la inhibición y autocensura de *Venevisión* y *Televen*. No hay en el espectro radioeléctrico espacio para la disidencia ni para el debate sobre la reforma (de la Constitución). Hay que sumar que el gobierno controla el periódico de mayor tiraje que es *Ultimas Noticias*. Estudiamos el comportamiento de la abstención para encontrar si era lógico pensar que debía haber una decisión racional. Nuestra premisa era: debe haber conocimiento, debe haber procesos formativos previos que llevaran a que hubiera esta autonomía. De otras investigaciones reciclamos una data que es la red del conocimiento, este es un indicador de la densidad de las instituciones que promueven la modernidad ilustrada, distribuidas por todo el país, es decir escuelas, librerías, infocentros, etc. Teníamos un índice y generamos un índice del comportamiento de la abstención a nivel nacional, hicimos un análisis de correlación y nos dio 0,63, alta correlación. Ese resultado nos lleva a pensar que la abstención siguió un patrón de elección racional. Estamos hablando de 7 millones de votos que obtuvo el Presidente en la elección anterior y

que bajan a 4 millones en el referéndum. ¿Se perdieron 3 millones? No, se abstuvieron y se abstuvieron luego de un proceso de leer la reforma, de llevarla al interior de sus comunidades. También jugó un papel importante el movimiento estudiantil. Éste permeó a lo interno de las comunidades por la vía de este mensaje: léanse la reforma, saquen ustedes sus propias conclusiones, tengan su propio criterio, nosotros no la apoyamos pero eso no significa que ustedes la apoyen o no de forma automática. Ese mensaje permeó y lo hizo por las vías de las redes y de las redes cibernéticas. ¿Por qué? Porque quienes principalmente compran este mensaje son los usuarios de Internet. 66 % de la población entre 18 y 32 años es público de misiones educativas, son cerca de un millón 400 y ellos a su vez permean en sus comunidades en un procedimiento que es una especie de bola de nieve. La información pasó de la Web a las comunidades, sin pasar por los medios. Hay que desmedializar la comprensión de la comunicación”.



Declaración de AMARC ALC sobre la situación en Bolivia

En medio de la crisis política que afecta en estos momentos a gran parte del territorio boliviano como resultado de la acción violenta contra su legítimo gobierno, emprendida por grupos de civiles armados en varias regiones del país, la *Asociación Mundial de Radios Comunitarias – América Latina y Caribe (AMARC ALC)* denuncia las graves violaciones a los derechos de las personas que se están cometiendo en medio del conflicto.

Así mismo reconocemos y valoramos la lucha que están dando las radios y medios comunitarios de Bolivia, que cumplen el rol de informar a la población y posibilitar la expresión de los ciudadanos.

Los atentados contra las radios *San Miguel de Riberalta*, Beni; *Alternativa* de Santa Cruz de la Sierra; *Juan XXIII* de San Ignacio de Velasco; *Aclo* de Tarija; *Parapetí* de Camiri y otros medios como *Radio Digital* de Pando, son acciones deliberadas que buscan dejar a la población silenciada y sin comunicación con el resto del país.

Una operación que busca además amedrentar al movimiento social indígena y campesino, protagonistas esenciales del proceso que vive Bolivia y que ha construido un proyecto histórico en torno a los medios ciudadanos.

Acallar las radios que defienden y promueven el respeto por las libertades individuales y colectivas, es un modo de acallar a todo un país que ha manifestado su voluntad de construir un proyecto democrático. Los responsables de estas agresiones son grupos minoritarios que reaccionan en defensa de sus privilegios, que desconocen la voluntad del pueblo boliviano y actúan contra la población civil creando un clima de terror y caos.

Esos mismos grupos que se han levantado contra la integridad del Estado boliviano, quieren acallar a las radios que se resisten al matonaje, el saqueo y el terror. Son los mismos grupos que están siendo identificados como responsables de las masacres perpetradas contra población civil.

Llamamos al movimiento de las radios comunitarias de América Latina y el Caribe a romper el cerco de silencio que pretenden imponer estos grupos minoritarios y anti democráticos, a multiplicar la labor informativa y actuar exigiendo a la comunidad internacional una acción efectiva e inmediata en apoyo al proceso democrático del hermano país.

Manifestamos nuestro inquebrantable compromiso y solidaridad con los hombres y mujeres del movimiento de radios comunitarias y medios comunitarios de Bolivia en su lucha por la libertad y el derecho a la verdad y por intermedio de éstos nuestra solidaridad con el pueblo boliviano.

12 de septiembre 2008. Consejo Regional
de AMARC ALC

Éteres y catéteres

Alboroto en Caracas ante la concurrencia de visitantes internacionales que le dan bastante cuerda a las teorías sobre el inmediato futuro digital. Coincide con un cuadro nacional que cada día se complica más en cuanto a infraestructura física que soporta a ese mundo digital.

Los periodistas profesionales le están dando forma a un muro de contención y reacción ante las arbitrariedades de funcionarios que toman los panteones legislativos para despotricar impunemente de la profesión y de la industria de medios independientes. El Colegio Nacional de Periodistas al fin se defiende. Los periodistas *de papel* andan detrás de noticias que les son negadas o escondidas. En el mundo digital, las noticias *salen solas*, son aportadas por las audiencias.

El autor de *La Prensa Sin Gutenberg*, el francés Jean Francois Fogel, invitado por Farmatodo, trajo algunas recetas. Buscar a los jóvenes, convivir con las audiencias, darles mayor participación. Su gran dolor de cabeza es que los medios impresos están perdiendo fuerza (en audiencia, en influencia y rentabilidad) en EEUU y Europa y que esa ola en algún momento alcanzará a los de América Latina. *Le Monde*, cuya edición digital dirige, lleva siete años con pérdidas financieras. Los números en el mercado norteamericano son dramáticos. El único medio tradicional que muestra una tendencia francamente descendente en cuanto a facturación publicitaria es el medio impreso. Se espera que en los próximos cinco años su participación en la torta publicitaria sea de 23%, una caída de cinco puntos con respecto a 2006. Y al contrario, la publicidad en Internet tiende a subir como la espuma. En 2010 será de 12,3% en EEUU, el doble de lo que tenía en 2006, dice un estudio de ZenithOptima. El sitio de *Le Monde* tiene 30% de rentabilidad anual.

● En el medio impreso hay un problema grave, dijo Fogel en la UCAB. Está erosionándose la circulación, el ingreso por publicidad baja cada vez más y hay un problema grave de reclutar jóvenes como lectores.

En la VI Feria Explosión Creativa estaban los anunciantes. *Todos queremos un cambio en la publicidad venezolana*, decía su slogan. Veo el programa del evento en la estación de trabajo de mi hija Claudina, que integra el *team* de creativos de la agencia Ogilvy, en Caracas. El precio de la entrada era 50% más alto que para escuchar a Nicholas Negroponte, sin embargo el público fue justo: ni abarrotó ni dejó grandes vacíos. Muchas de las ponencias estaban muy ligadas a la simbiosis entre la Web y los dispositivos móviles como medio publicitario de alta efectividad. Pero la realidad es que todavía no existe un modelo de negocios

que impulse la publicidad en el móvil. En Venezuela, el usuario debe consentir que le envíen mensajes publicitarios a su terminal.

Las oportunidades

El brasileño Renato de Paula, director de OgilvyOne y Neo, porta una presentación de 300 megabites, denominada *Simplemente Futuro*, que llevaba a la Explosión del CIEC. Le pregunto sobre el estado actual de la distribución global de las pautas publicitarias. “No tengo números. La mayor parte de la plata sigue yendo hacia la media tradicional, aunque la digital crece exponencialmente”. Muestra una lámina. La brecha de confianza en el mercadeo digital en EEUU. Mientras la penetración de los medios digitales se acerca a 20% de la población, la inversión en ellos es de apenas 6% de toda la inversión publicitaria. “Eso sucede también en América Latina”, dice. Glorifica el supuesto poder que ahora tienen los consumidores. “Tienen el control sobre el proceso. Cuando las marcas están en Internet, el control ya no es de la agencia”.

Pero las agencias están dejando pasar las oportunidades, le digo a Renato. En Venezuela el número de SMS cursados supera al número de minutos de voz, no hay ninguna experiencia de uso publicitario de Bluetooth, ni en la mensajería multimedia. Concuerta en que las oportunidades están en Internet, el móvil y los puntos de venta, “donde no ha llegado la digitalización”. Muestra un video sobre el futuro de los puntos de venta, sean vallas, cajas registradoras, pasillos de supermercados, donde el antiguo código de barras se transforma en el vínculo con el móvil para la extensión de la información de productos y servicios.

En la medida que el público sea silvestre, incontrolable, con iniciativas, a su aire, el negocio de la mediación se tambalea, se desajusta. Las audiencias se transforman y el negocio de las mediaciones también.

● Estamos en un momento de reflexión, dice Renato de Paula. Hay que repensar el *business*. En estos momentos existe una gran consolidación y compras en la industria publicitaria mundial. Incluso estamos cambiando la forma como contratamos personal, ahora son más ingenieros y administradores que creativos. Seguimos como empresa de comunicaciones que debe obtener buenos resultados (financieros). Pero si no los logra, no sé que pudiera pasar. Hay un riesgo muy grande y ese riesgo implica grandes capitales.

Víctor Suárez
Inside Telecom

Identidad y futuro de las radios católicas: primer congreso mundial en el vaticano

Roma, Zenit. El Primer Congreso Mundial de Radios Católicas, organizado por el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales en la Universidad Urbaniana de Roma del 19 al 21 junio, ha reunido a representantes de 63 radios católicas de los cinco continentes sobre el tema "La identidad y la misión de las radios católicas hoy". Este primer congreso mundial de radios católicas ha reunido a representantes de 63 radios católicas de los cinco continentes.

¿Cómo definir una radio católica? ¿Cuáles son los desafíos que debe encarar? ¿Qué le espera en el futuro? Tales eran las preguntas en el preámbulo del encuentro. "Hemos querido que estas personas dialoguen juntas para reflexionar y comprender cuál es la identidad y cuál la misión de una radio católica hoy en el mundo", indicó el arzobispo Claudio Maria Celli, Presidente del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. Esta iniciativa –declaró– se propone analizar los tiempos actuales y proyectarse al futuro; cuenta con la colaboración de los participantes para que "este congreso no se convierta en un mero even-

to de dos días sino más bien que se constituya en uno, con miras al futuro y que promueva iniciativas que refuercen poco a poco la eficacia del servicio que ofrece una radio católica en el mundo".

Los participantes del Congreso han sido recibidos por el Papa Benedicto XVI. En su discurso, el Papa ha insistido en el hecho de que "Las palabras que ustedes transmiten alcanzan un número incalculable de personas, muchas de las cuales están solas y sus palabras le son un regalo consolador a ellos, algunas personas son curiosas y se cuestionan sobre lo que escuchan, otras no van nunca a la iglesia porque confiesan otros credos o ninguno, hay otros que nunca han oído el nombre de Jesucristo y sin embargo gracias a su servicio pueden oír por primera vez la Buena Nueva. Este trabajo paciente sigue día a día, hora a hora, es una manera de cooperar con la misión apostólica".

Supone una capacidad de reacción de acuerdo a los "problemas o situaciones con las que el hombre reniega sobre la posibilidad de ser un hombre, en los que su dignidad humana no es reconocida".

Realizado el IV foro internacional de filosofía en Venezuela

Con éxito fue realizado el IV Foro Internacional de Filosofía de Venezuela en la ciudad de Barcelona, estado Anzoátegui. El foro es organizado por el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, a través de la Red de Intelectuales y Artistas en Defensa de la Humanidad.

Se efectuó en los espacios del Ateneo Miguel Otero Silva, con la participación de una treintena de personas, la profesora brasileña Magali Méndez y el africano Emmy Rwomushana. Los ponentes iniciaron los temas del foro, denominado "Alienación, comunicación y consumismo, retos del Socialismo del Siglo XXI".

Emmy Rwomushana inició su intervención con las experiencias de su país de origen, Uganda. Manifestó que ha sido muy difícil en esa nación impulsar iniciativas colectivistas, debido a que el gobierno instaurado es de corte capitalista y lleva adelante un intensivo programa de privatizaciones.

Ante las interrogantes de los presentes, Rwomushana, licenciado en bellas artes, con postgrado en educación y master en lenguas de la Universidad de Makerere, explicó diferencias sobre la producción capitalista y la socialista, "en un modelo capitalista, las empresas producen para ganar, mientras en un modelo

socialista, se debe producir para cubrir las necesidades, por ejemplo en mi país se promueve la venta de vehículos nuevos, y el Estado no invierte en sistemas de transporte masivo, eso es capitalismo", dijo.

La brasilera, Magali Méndez, coordinadora del Foro de Economía Solidaria de Brasil, relató que la realización del Foro Social Mundial en su país ha sido clave para impulsar experiencias similares a la de Venezuela, "ha surgido una experiencia de economía solidaria, es una resistencia de los pueblos más empobrecidos, aunque en Brasil no hay un proyecto socialista, los movimientos sociales continúan presionando, hemos logrado que el Ministerio del Trabajo abra la oficina de economía popular", dijo.

Esta modalidad que organiza a más de dos millones de trabajadores brasileños, entre grupos informales y cooperativas, representa 11% de la economía de ese país. Reflexionó sobre los mensajes mediáticos y se refirió sobre los medios comunitarios, "en Brasil hay televisoras y medios impresos clandestinos, no ha sido posible que el gobierno nos de permisos para crear esas redes comunicacionales, hechas por el colectivo".

El foro fue dedicado a Ludovico Silva (1937-1988), y se clausuró el miércoles 16 de julio del año en curso.

Venezuela: el desconocimiento limita la popularidad de internet

De los más de 1 millardo de usuarios de Internet que existen en el mundo, pocos son venezolanos. Hasta 2007 había 5.400.000 suscritos a la red de redes en el territorio nacional. Esto representa una penetración de 19,7%, porcentaje que dista en casi 5 puntos del índice promedio registrado en América Latina (24%), según las cifras del más reciente estudio de Tendencias Digitales, una empresa filial de la encuestadora Datanálisis.

A pesar del discreto crecimiento del número de usuarios registrado en Venezuela en los últimos cuatro años, el mercado nacional se encuentra en las últimas posiciones del ranking latinoamericano que mide la penetración de este servicio: "Esto significa que no hay una relación directamente proporcional entre el nivel de ingreso de las naciones y la accesibilidad a Internet. Lo segundo que hay que entender es que ahora es cuando queda espacio en Venezuela para buscar nuevos mercados", indicó Carlos Jiménez, director de Tendencias Digitales.

Son muchas las razones esgrimidas para justificar que Internet tenga un comportamiento totalmente contrario al que registran los teléfonos celulares en el país, con una penetración de 88,53%, según el balance del 1er. trimestre de 2008 de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. Además del costo de los equipos y de la condición de movilidad –factores que la telefonía celular ha sabido explotar muy bien–, una de las principales razones por las cuales no se usa Internet es el desconocimiento.

De un grupo de 850 personas identificadas como "no usuarias de Internet", encuestadas por Tendencias Digitales, 41,20% aseguró que no accede a la red de redes porque no sabe cómo funciona la plataforma. El resto de los entrevistados indicó que Internet no le llamaba la atención (24%), que no posee una computadora en su casa (11,60%), algunos tienen una computadora pero no un plan de acceso a Internet (7,80%) y otros indicaron que no usan el servicio porque es muy costoso (6,70%).

Esta realidad es cónsona con el hecho de que 63% de los usuarios de Internet en Venezuela tienen menos de 24 años de edad. Si este porcentaje se observa en detalle, el grupo más popular es el de los suscriptores entre 18 y 24 años (24,8%). Le sigue el que va de los 13 a 17 años (19%) y el de entre 7 y 12 años de edad (18,7%), que por 2 puntos porcentuales casi supera al grupo de usuarios de Internet de entre 25 y 34 años. Según el estudio, 54% de las personas que se conectan a esta plataforma en Venezuela son del sexo masculino.

Los objetivos de la Cominac por una información descentralizada

Entre los días 2 y 4 de julio de 2008, se reunieron los ministros de información del Movimiento de Países No Alineados. Romper con el actual sistema hegemónico de la comunicación, es el principal reto.

Tanto los países miembros como los observadores e invitados del Movimiento de Países No Alineados (MNOAL o MPNA) coincidieron, durante la última conferencia realizada en la Isla de Margarita, Venezuela, en resaltar la importancia de generar un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, como una manera de disgregar el manejo de la información y de las noticias concentrada en manos de unos pocos centros de poder.

Como una breve reseña del surgimiento del MNOAL, se destaca que el mismo es una agrupación de estados que decidieron unirse durante el transcurso de la Guerra Fría. En aquel conflicto geopolítico e ideológico entre Estados Unidos y la Unión Soviética, estos países pretendían conservar su posición neutral y no aliarse a ninguna de las potencias.

Los objetivos originarios de este movimiento se basaron en el rechazo del apartheid, en el apoyo a la autodeterminación y la independencia de los países, en la negativa a pactos militares entre las naciones y el respaldo al desarme, en el repudio al sistema imperia-

lista, en el fortalecimiento de las Organizaciones de las Naciones Unidas (ONU) y al desarrollo socioeconómico y político de los estados a través de la democratización de las relaciones internacionales.

En definitiva, el MNOAL pretende romper con las estructuras de neocolonialismo e imperialismo que se suscitan en el orden mundial desde hace décadas y en todos los aspectos que hacen a un Estado –económico, político, social, comunicacional, entre otros– sobre todo, en aquellas naciones subdesarrolladas.

En este sentido, son estos países los que necesitan de la cooperación mutua para forjar un contrapeso a las potencias hegemónicas que lideran el mundo y, por ello, los No Alineados conforman una unión fuerte que tiene como finalidad la liberación, la defensa, la autogestión, la coexistencia y la soberanía de los estados, teniendo en cuenta las particularidades actuales e históricas de cada uno de ellos.

A partir de la Cumbre de Argel realizada en 1973, el movimiento estableció un Buró de Coordinación, con el fin de organizar los preparativos de las cumbres y las reuniones. A su vez, este Buró es el encargado de coordinar los grupos de trabajo y comisiones del MNOAL.

Además, durante la Cumbre de Argel, fue denunciada por primera vez la concentración de los recursos de la información en manos de Estados Unidos y Europa Occidental, planteando –tal como se realizó en la actual conferencia que complejiza este antecedente– la necesidad de corregir el desequilibrio y la asimetría característica en la posesión de las tecnologías de la información y en la difusión de los acontecimientos noticiosos.

El documento final del encuentro pone de manifiesto, a su vez, la preocupación existente por la cada vez mayor brecha digital entre los países desarrollados o ricos y los subdesarrollados o pobres. Este hecho genera un sistema de exclusión en las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) y presenta la necesidad inmediata de actualización e inversión para generar una ruptura de la actual asimetría de la comunicación, sobre todo en el acceso a Internet.

Tomado de la Agencia Periodística del MERCOSUR (APM), Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata, Argentina.

María Eva García Simone

Comunicado del CNP ante la expulsión de los representantes de human rights watch

El 21 de septiembre el *Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela* reaccionó con un comunicado de protesta ante la expulsión de los representantes de la HRW, medida que consideran una conducta arbitraria del gobierno, presidido por el Comandante Hugo Chávez. A continuación el comunicado:

“Condenamos la expulsión de Venezuela del Director para las Américas de la organización Human Rights Watch (HRW), José Miguel Vivanco, así como del ciudadano norteamericano Daniel Wilkinson, quienes estuvieron en el país para presentar un informe sobre la situación de los derechos humanos bajo el gobierno del Presidente Hugo Chávez Frías.

Los venezolanos somos conocidos, históricamente, por nuestra tolerancia y hospitalidad, por lo que la manera violenta como fueron expulsados estos profesionales dedicados a la defensa de los derechos humanos, no sólo contraviene las reglas de la convivencia democrática y vulnera acuerdos

internacionales, también arremete en contra la libertad de expresión. El tratamiento que los despachos de Interiores y Justicia y de Relaciones Exteriores aplicaron a los miembros de HRW ni siquiera se compara con la praxis acostumbrada para el manejo policial y extradición de delincuentes comunes.

El informe “Una década bajo Chávez” de Human Rights Watch describe el debilitamiento de las instituciones democráticas y las garantías de los derechos humanos en Venezuela. HRW acusa al gobierno venezolano de limitar la libertad de prensa, la libertad sindical y discriminar a sus opositores. El informe, que sustenta los señalamientos de esa ONG, puede ser leído en el sitio web de la organización en el siguiente link: <http://hrw.org/spanish/reports/2008/venezuela0908>

Los gobiernos son democráticos no sólo por su legitimidad de origen, están obligados a demostrar en el ejercicio de sus funciones que efectivamente respetan las reglas de la democracia, actuando tolerante-

mente, respetando las diferentes opiniones y corrigiendo los errores cometidos. Este gesto contra la prestigiosa organización internacional de derechos humanos confirma y potencia el efecto de sus denuncias. Más cuando, en los últimos días, los venezolanos hemos sido testigos de numerosas muestras de una intolerancia inquisitorial contra medios de comunicación, disidentes, opositores y organizaciones no gubernamentales señalados, sin evidencia alguna, por parte de voceros oficiales, de actos conspirativos ilegales, intentos de magnicidio y traición a la patria.

A nombre de los periodistas venezolanos pedimos excusas a los defensores de derechos humanos por la conducta de nuestro gobierno y convocamos a la reflexión, a la paz y a la defensa de los principios democráticos”.

Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela

Medios latinoamericanos bajo presión

La labor periodística en Latinoamérica se ha visto ensombrecida en muchas ocasiones por la presión y la agresión de los gobiernos a periodistas y medios de comunicación.

Funcionarios públicos justifican los cierres de medios alegando que se venció la concesión, que el dueño del medio no paga los impuestos, o que las empresas no cumplen con las formalidades de las leyes. Gregorio Salazar, secretario general del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa en Venezuela, señala que desde el poder existe la tentación de ejercer presión sobre los medios. “Actualmente hay una marcada polarización latinoamericana, que lleva a los extremos las posiciones de algunos gobiernos y medios de comunicación”.

El caso más reciente de agresión o presión gubernamental surge en Ecuador, con la incautación de cuatro estaciones de televisión, que el gobierno justifica alegando que los dueños de estos medios le deben al Estado más de \$ 661 millones. Carlos Aguirre, coordinador de la Asociación de Prensa de Ecuador, explica que el gremio quiere evitar la manipulación de la información porque, con la designación de un vicepresidente de medios por parte del Estado, la línea editorial será similar a la del canal oficial. Salazar considera que Ecuador, con Rafael Correa, y Bolivia, con Evo Morales, siguen el “mal ejemplo de Venezuela”, con una radicalización política donde surge una confrontación del Estado y los medios de comunicación, porque su acción “erosiona la base de popularidad del gobernante”.

Uno de los gobiernos latinoamericanos que más ha agredido a los medios fue el de Alberto Fujimori. Durante diez años, violó derechos humanos y sindicales, e impulsó un terrorismo de Estado. “Corrompió empresas de comunicación, muchas prefirieron recibir favores y dinero antes que confrontar al régimen”, acotó Salazar.

En El Salvador, la situación no varía mucho, ya que el año pasado la periodista María Aydee Chicas, que cubría una manifestación contraria al gobierno de Elías Antonio Saca, fue arrestada por ocho meses, acusada de supuesta acción terrorista. Más tarde fue liberada al no poder atribuírsele ningún delito. Antonio Herrera, de la junta directiva de la Asociación de Prensa de El Salvador, explica que funcionarios públicos y organizaciones sociales atacan a los periodistas por la línea editorial de los medios donde trabajan. Tal es el caso de *El Sol de Morazán*, al cual le decomisaron los equipos, y acusaron al dueño de robar la señal de otro canal.

En México y Colombia es aún peor, porque los periodistas corren riesgo físico debido a la situación que viven estos dos países, sumergidos en violencia por el narcotráfico y las guerrillas, respectivamente, siendo los casos más dramáticos de la región.

Verónica Egui Brito



Para mí fue una agradable sorpresa la honorable propuesta que tuvieron a bien hacerme la Universidad Católica Andrés Bello y el diario *El Nacional* para que presentara el libro *Tendencias de la prensa y del periodismo del siglo XXI en Venezuela*.

- Fue una sorpresa agradable porque de alguna manera éste es uno de los temas más apasionantes y polémicos al cual le hemos venido siguiendo el paso por el uso intenso que nos toca hacer de la prensa y de los medios de comunicación en general.

- Desde las posiciones gerenciales que nos ha tocado asumir, hemos comprendido que uno de los aspectos fundamentales para el éxito de la planificación y ejecución empresarial es el análisis del entorno político, social, económico y tecnológico.

- La comprensión del contexto local, nacional e internacional en el cual las organizaciones se desenvuelven, es indispensable para el sano ejercicio de la gerencia pública o privada. Y esto se extiende, por supuesto, al ámbito personal, pues todo individuo —al igual que las empresas— quiere no sólo estar informado —lo cual es un derecho—, sino también comprender el significado y las repercusiones de los hechos.

- Y esa es la misión que tienen los medios de comunicación social, desde nuestro punto de vista.

- Esta misión, por supuesto, es en estos tiempos cada vez más compleja, más exigente y más retadora. No sólo por la heterogeneidad de los acontecimientos y de las implicaciones que un hecho tiene, sino porque la forma mediante la cual las audiencias se relacionan con los medios de comunicación se transforma constantemente, como consecuencia de las tecnologías.

- Entiendo que tanto en el ámbito del ejercicio del periodismo como en el del negocio editorial, los últimos cien años han impuesto desafíos cada vez más estimulantes. La prensa, por ejemplo, ha estado sujeta a la competencia que le ha significado la aparición de nuevos métodos de comunicación masiva. La radio, primero, y luego la televisión, pronosticaban duros tiempos para los medios impresos. Pero lo que podía convertirse en una rivalidad agobiante, a la postre fue transmutando en una convergencia, a veces inocentemente cómplice, porque lo que terminó sucediendo —y hoy lo vemos en nuestra realidad venezolana— es que los noticieros radiales y televisivos citan a la prensa escrita, y viceversa.

- El mismo desafío es el que se planteó a finales de los noventa, cuando la aparición de Internet de nuevo hizo temblar a los demás medios, en este caso no sólo a la prensa, sino también a la radio y a la TV. Justo cuando to-

Versión beta

Tendencias de la prensa y del periodismo del siglo XXI en Venezuela

CARLOS DELGADO-FLORES (COORDINADOR)

EDICIONES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO Y LOS LIBROS DE EL NACIONAL.

SERIE MAPAS DE LA COMUNICACIÓN, NO. 1
VENEZUELA, 2008

dos estos medios, ya convertidos en tradicionales, se habían ya montado en el lomo de la globalización. No sólo por las transmisiones vía satélite, que ya existían, sino porque los medios ahora estaban concebidos con un modelo de cobertura y difusión mundial. Antes veíamos la llegada del hombre a la Luna en vivo porque cada canal repetía las emisiones por satélite, pero después veíamos que un solo canal, *CNN*, podía cubrir y divulgar él mismo los acontecimientos de la Guerra del Golfo.

- Pero aun así, el Internet implicaría grandes cambios en los modelos de negocios e informativos de los medios de comunicación. Los medios cada vez convergen con mayor intensidad. Los medios impresos publican versiones por Internet, y la televisión y la radio se transmiten por Internet.

- Aun cuando existen grandes conglomerados de medios como los de Murdoch que han seguido comprando periódicos, y que grandes medios como el *New York Times* se preguntan seriamente sobre su supervivencia; lo que ha ocurrido, lo que sigue ocurriendo, es que hay nuevos protagonistas en los medios: el hombre común y corriente, que desde su casa puede enviar videos por páginas web, emitir sus opiniones a través de blogs o publicar su voz a través de podcasts.

- Porque de eso se ha tratado, más que de la sustitución de un medio por otro. De un cambio de paradigmas que obliga a los periodistas y a los editores, a desarrollar su oficio en nuevas circunstancias dentro de su propia industria. Ahora no están solos, están acompañados de los ciudadanos, que participan directamente en el proceso. Y las cosas seguirán cambiando y evolucionando.

- Eso es precisamente lo que buscan escudriñar los 23 profesionales que bajo la coordinación de Carlos Delgado-Flores, han preparado una serie de trabajos periodísticos condensados en el libro que hoy presentamos: *Tendencias de la prensa y del periodismo del Siglo XXI en Venezuela*.

- Esta publicación busca anticipar la transformación del contexto en el que se desenvolverán los medios, los cambios en el negocio comunicacional, el impacto que tendrán en la gobernabilidad, y la configuración de un nuevo perfil del periodista profesional. Y lo hacen en un término arriesgado, pues intentan prever lo que pasará en los próximos veinte años. Menuda tarea, ya que a quienes nos ha tocado planificar para fines gerenciales, se nos hace cuesta arriba prever con certidumbre más allá de dos años, ya cinco es casi una adivinanza. Y más aún en Venezuela, donde la verdad de un día es sustituida por otra al día siguiente.

- Pero se trata de un ejercicio válido y oportuno. Pues este compendio abarca no sólo los escenarios para el contexto de la Venezuela hacia el 2028, sino que incluye varios trabajos sobre lo que podrían ser los cambios que se pronostican en el negocio periodístico, la relación que se prevé entre los medios y los sistemas de gobernabilidad y, tal vez la parte más apasionante, los cambios en el perfil del periodista.

- Este interés en escudriñar estos temas nos mueve a nosotros mismos a muchas reflexiones, incluyendo a editores, a las fuentes de información, a los periodistas y a los usuarios de los medios.

- Una de las preguntas que nos debemos hacer es si ante las circunstancias de los cambios políticos, económicos, sociales y tecnológicos, la prensa venezolana está cumpliendo su rol. ¿Acaso cuenta el común de la gente, los profesionales, las organizaciones, con una orientación y explicación sobre por qué sucede un hecho y cuáles son sus implicaciones y efectos? ¿Será que por la presión y el acoso al que están sometidos los medios no ha existido tiempo en la agenda editorial para comprender que el lector, más que posiciones, lo que necesita es orientación?

- No se trata de preguntas nuevas en el periodismo. Hace bastante rato que sabemos que los hechos aislados carecen de significación.

Y es por ello que persiste el reclamo, hoy y mañana con más razón por la avalancha de datos e información generada a través del Internet y la convergencia de medios de la que hemos hablado, para que en Venezuela se publiquen más trabajos de periodismo de investigación e interpretación. No estamos esperando opiniones de los periodistas. Estamos esperando que nos orienten con el por qué y el para qué de los hechos y el contexto en el cual se han desencadenado.

- No es que no exista en la prensa venezolana y en los medios radioeléctricos y digitales el ejercicio de la interpretación. Pero no en el grado suficiente que requiere la sociedad, lo que le ha obligado en ocasiones a acudir a análisis y a reportajes interpretativos que sobre diversos asuntos de nuestro país, realizan publicaciones o programas de Europa, Estados Unidos y algunos países de América Latina. Sobre todo en los tiempos recientes, cuando nuestro país por las razones que todos conocemos, está en la agenda del debate internacional, bien por los temas políticos o bien por los temas económicos y petroleros.

- Es posible y necesario hacerlo. Para ello cobra relevancia la segmentación y la especialización. Es un reto para los periodistas, pero también para el negocio editorial, incluyendo por supuesto a la publicidad, que tiene un reto enorme con Internet. Mal que bien, la ecuación sigue presente. Hacen falta nuevos tipos de contenidos, pero también se requieren nuevas formas de generar ingresos.

- Todos estos temas, de una u otra forma, son abordados en esta publicación que hoy presentamos. Este libro, por sí mismo, es un ejemplo extraordinario de investigación e interpretación periodística. De manera que es un mérito doble el que en él encontramos: en la riqueza del contenido, por una parte, y en la metodología periodística utilizada.

- Felicitamos por tanto a los autores y a las instituciones que han apoyado esta iniciativa en el marco del Programa de Estudios Avanzados en Periodismo.

Gustavo Roosen
Texto leído en la presentación del libro

LIBROS

Los desencuentros de la política venezolana

Nacimiento, consolidación y desinstitucionalización de los partidos políticos

JOSÉ ANTONIO RIVAS LEONE
EDICIONES DE LA FUNDACIÓN PARA LA
CULTURA URBANA
VENEZUELA, 2008

No es de extrañar que algunos ciudadanos de las más diversas procedencias y campos de actuación alberguen sentimientos de cierta distancia o rechazo hacia la política democrática, y fundamentalmente hacia sus principales actores como son los partidos políticos, más en países como Venezuela donde los partidos políticos ciertamente han desvirtuado la representación y mediación política. Es por ello que un libro dedicado al estudio de los partidos políticos en un país como el nuestro, tal vez de entrada no cause mucha atracción para el gran público e incluso para especialistas.

Sin embargo, y sin desconocer algunos estudios existentes recientes y no tan recientes en torno a la problemática de los partidos en perspectiva mundial y específicamente en la Venezuela del chavismo, una investigación seria, rigurosa, con soporte teórico y empírico, siempre será una necesidad no sólo de los politólogos, sociólogos, historiadores y del ciudadano común que precisa explicaciones en torno a una área temática proclive a la diatriba e incluso polémica, razón por la cual es posible que algunos se atrevan a señalar o considerar que no es necesario y pertinente un nuevo libro, un nuevo ensayo e investigación en torno a los partidos como actores fracasados y para muchos irrelevantes en la Venezuela actual donde el populismo, el personalismo y la antipolítica todavía hacen de las suyas.

Justamente en medio de un panorama ciertamente confuso y lleno de incertidumbres, es que José Antonio Rivas Leone se lanza con un estudio, diagnóstico y esfuerzo intelectual, que es producto en buena medida de una investigación dentro de sus estudios doctorales, propuesta esta que apoyándose en la batería de autores, hipótesis e investigaciones de punta, no sólo en el contexto mundial y latinoamericano, sino local, aborda y decanta el proceso de consolidación, crisis y desinstitucionalización de los partidos políticos en Venezuela, estableciendo periodizaciones en la Venezuela del siglo XX y del nuevo milenio.

La premisa e hipótesis de Rivas Leone está orientada en colocar como variable explicativa



en la transformación de los partidos y sistemas de partidos en Venezuela, dos elementos indisolubles como son por un lado la crisis interna que acusan los partidos en sus funciones (representación, canalización y participación) aunado a un factor externo pero que igualmente potenció y afectó a los mismos como fue el proceso de descentralización y reforma del Estado que impuso nuevas lógicas, sinergias y nuevos actores locales en detrimento de los actores tradicionales nacionales en los años ochenta, con efectos directos en los partidos y en el sistema de partidos venezolano en los noventa.

El ensayo que nos ofrece Rivas Leone es una propuesta crítica, rigurosa y balanceada del fenómeno democrático y partidista venezolano. El libro ha sido en hora buena publicado recientemente (julio 2008) dentro de la prestigiosa colección de la Fundación para La Cultura Urbana en coedición con la Universidad de Los Andes de Venezuela, y continúa de alguna manera planteamientos expuestos y desarrollados por el autor tanto en su obra anterior *El Desconcierto de la Política. Los Desafíos de la Política Democrática* (2003), como de algunas contribuciones recientes aparecidas en la *Revista de Estudios Políticos de España*, la *Colección Working Papers* del

Instituto de Estudios Políticos y Sociales de la Universidad Autónoma de Barcelona y del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Estocolmo en Suecia.

Rivas Leone nos ofrece una investigación escrita de forma sencilla para ser leída no sólo por colegas politólogos o especialistas, sino por ciudadanos y público en general interesado en la temática planteada, sin descuidar la rigurosidad y el aparato crítico en el abordaje llevado a cabo. El libro está precedido de una amplia introducción, seguida de seis capítulos, las conclusiones y una riquísima bibliografía en lo que respecta al estudio de la democracia, los partidos, la gobernabilidad, el populismo no sólo en el ámbito global y latinoamericano sino local.

El primer capítulo, "Las discontinuidades del sistema político venezolano", como abre-boca el autor plantea justamente los vaivenes a los que ha sido sometido el sistema político venezolano desde la transición democrática de 1958 hasta nuestros días, donde si bien es cierto podemos decir que hemos tenido continuidad del hilo democrático (a pesar de las tensiones e intentonas de golpe de Estado en 1992), no es menos cierto, que el sistema político ha sufrido y pasado por situaciones de estabilidad e inestabilidad, etapas de paz y de agitaciones sociales, participación y movilización, y naturalmente partidos frondosos y consolidados y también de agotamiento y declive de los mismos.

Un segundo capítulo, el autor analiza "El desarrollo de los partidos y del sistema de partidos en Venezuela" configurado a partir de 1958 con el Pacto de Punto Fijo, deteniéndose justamente en la conformación del bipartidismo venezolano, su evolución y su transformación al multipartidismo de forma moderada en 1993 y de forma acentuada en 1998.

En un tercer capítulo, "De la partidocracia a la descentralización 1958-1989" Rivas Leone se adentra a analizar el proceso que registra el sistema de partidos en Venezuela, pasando de un sistema definido como partidocrático y fuertemente institucionalizado, que tuvo su auge en los años sesenta, setenta y parte de los ochenta, a un sistema débilmente institucionalizado y multipartidista en los noventa a partir justamente de la entrada de los partidos en crisis y del proceso de descentralización, consecuencias y efectos en la socialización, la cultura política, la participación y prácticas políticas entre otros.

El cuarto capítulo titulado "Prolegómenos de los partidos políticos" se decanta y pasa revista a los errores, distorsiones y disfunciones que conforman parte de la explicación del deterioro funcional e institucional de los partidos y su pérdida de tribuna y credibilidad ante los ciudadanos.

Entretanto en el quinto capítulo, se analiza la cuestión de la ingobernabilidad democrática en Venezuela, como proceso que reviste y expresa un desequilibrio entre las capacidades del Estado y las propias instituciones y las demandas de los ciudadanos hacia éstas. La ingober-

nabilidad conformaría aquella situación y estado en el cual hay un deterioro de la legitimidad y de la eficiencia.

En el sexto y último capítulo, el autor apoyándose en las construcciones y elaboraciones teórico-empíricas de autores como Scott Mainwaring, Hans Daalder, Peter Mair y Richard Katz, aborda el proceso de desanclaje y desinstitucionalización que muestran los partidos y el sistema de partidos en Venezuela en la última década, apoyándose en criterios de orden numérico, cualitativo y cuantitativo como son los índices de volatilidad electoral, identificación partidista, fragmentación partidista, competencia intrapartidista y otros.

José Antonio Rivas Leone, termina su investigación examinando no sólo la realidad actual de los partidos y del sistema de partido, el fenómeno Chávez, sino además, las tentativas y posibilidades del sistema político, y específicamente de los partidos y sistema de partidos de iniciar un proceso de recuperación y reinstitucionalización, frente al voraz personalismo y populismo que define la Venezuela contemporánea, con liderazgos altamente personalizados y no institucionales, aunado a la reedición de los errores y vicios por parte de la clase política emergente y su intento por conformar y forzar en un todo a los diversos grupos políticos que apoyan al presidente Chávez en el llamado Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV).

Finalmente, Rivas Leone incorpora en su ejercicio de prospectiva no sólo el uso de la autocrítica y la necesidad imperante de recuperar la institucionalidad democrática y dentro de ésta el papel de los partidos políticos en la Venezuela contemporánea. Además, el autor aborda el éxito logrado por nuevas organizaciones y actores, fundamentalmente la universidad, la iglesia y la juventud universitaria, el pasado 2 de diciembre de 2006, cuando fue rechazada la reforma constitucional y el intento de forzar un cambio y alterar las propias bases y principios contenidos en la Constitución de 1999, dejando abiertas algunas posibilidades en lo que respecta a la recuperación que asumen los partidos de la oposición democrática en el 2008 frente a los comicios de noviembre.

En fin, celebramos la salida de este libro e investigación que Rivas Leone ha logrado escribir en medio de sus tareas cotidianas como profesor e investigador en el pregrado y postgrado de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad de Los Andes (Mérida-Venezuela). Creemos que este tipo de trabajos están más que justificados porque aparte de hacer un balance crítico en una dimensión teórica y empírica, conforma un ejercicio en el que la ciencia política nacional aporta su grano de arena al plantear esta suerte de crítica y de reingeniería del sistema político venezolano y naturalmente de sus principales engranajes como son los partidos políticos.

José Araque Calderón

RESEÑA REVISTAS

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

Universidad de Navarra
Volumen XXI
Núm. 1. Mes de Junio. Año 2008

Se inicia con un trabajo de Bienvenido León y José Alberto García Avilés que aborda "La visión de los productores sobre la televisión interactiva: el final le la utopía", es un artículo que analiza los criterios que los productores de TVI están adoptando para conseguir que los nuevos programas satisfagan las expectativas de la audiencia y aprovechen al máximo las posibilidades del medio. Continúa con Juan José Igartua y Carlos Muñiz con su texto de la "Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica", que presenta los resultados de una investigación cuantitativa en la que se entrevistó a 300 sujetos, a la salida de las salas de cine en las que se exhibían los largometrajes *Mar Adentro*, *El lobo* y *Bridget Jones: sobreviviré*. Los resultados indican que la identificación con los personajes era el primer factor explicativo del disfrute. Después, Juan Pablo Artero y Renata Moraes, entregan las "Opciones estratégicas de las agencias de noticias europeas: Reuters, France Press y EFE", en la nueva realidad internacional y de mercado, con sus cambios políticos, económicos, tecnológicos y sociales. También entra Miguel Ángel Huerta Floriano con su tema del "Cine y la política de oposición en la producción estadounidense tras el 11-S", es la lectura de las consecuencias del atentado terrorista en los Estados Unidos y la agitación en la industria cinematográfica con su postura crítica a las decisiones tomadas por el gobierno norteamericano. Finalmente aparece Joseba Bonaut Iriarte señalando "La influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)", estudio que permite obtener algunas respuestas para ver que lo comercial entre la televisión española y el deporte (ya desde mediados del siglo XX) no es únicamente lo que priva, sino que su relación es de necesidad mutua.

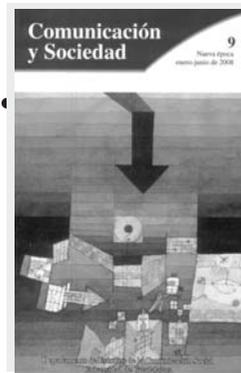


COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

Departamento de Estudios
de la Comunicación Social
Centro Universitario
de Ciencias Sociales y Humanidades
Universidad de Guadalajara
Nº 9 Enero-Junio 2008

El presente número de *Comunicación y Sociedad* abre un espacio para las reflexiones sobre la cultura, la educación, como vía fundamental para acceder a aquella, y vuelve sobre su vocación temática original con dos artículos sobre periodismo. En primer lugar se proponen dos textos de corte teórico, fundamentales para la reflexión epistemológica y conceptual en el campo de la investigación cultural. El segundo, de Herón Pérez Martínez, "Hacia una semiótica de la comunicación", se propone mostrar, tanto a partir de un acervo de conceptos fundamentales hoy asumidos en el ámbito académico como de investigaciones y casos concretos, que la ciencia de la semiótica ha avanzado tanto que está ya en condiciones de convertirse, bajo la modalidad de semiótica de la cultura, en una disciplina que tiene como objeto de estudio todos los procesos de comunicación que funcionan en la sociedad y que conforman la cultura. Enseguida se incluye el artículo "Esperando a los bárbaros: leyendas urbanas, rumores e imaginarios sobre la violencia en las ciudades" de Francisco Javier Cortazar Rodríguez, donde se exploran leyendas urbanas y rumores que circulan en algunas ciudades a través de los medios de comunicación, correos electrónicos y páginas web sobre una amplia diversidad de temas. Al analizarlos, se accede a algunos significados profundos ya imaginarios colectivos sobre la violencia, los peligros de la vida moderna; y los estereotipos

sobre los otros. Transitando a un contexto internacional, se presenta el artículo "Diversidad audiovisual e integración cultural: analizando el programa Ibermedia" de José Manuel Moreno Domínguez, donde se da cuenta de la creación, en 1995, de tal programa, debido a la necesidad de construir espacios de integración y redes de cooperación transnacionales. A continuación, este número incluye el artículo "La alfabetización audiovisual entre adolescentes vascos: implicaciones para las prácticas educativas y propuestas de intervención" escrito por Esther Zarandona de Juan, Josi Basterretxea, Petos Idoyaga y Txema Ramírez de la Piscina, todos ellos profesores de la Euskal Herriko Unibertsitatea-Universidad del País Vasco. Para cerrar la sección de artículos se prosigue con dos trabajos sobre el campo periodístico. El primero, de corte teórico, lleva por nombre "Notas para una exploración teórica sobre los estudios de producción de comunicación mediática (periodismo, opinión pública y comunicación política)", cuyo autor, Salvador de León Vázquez, pretende explorar el sitio que ha ocupado el estudio de la producción de comunicación mediática y cómo ha sido armada en el contexto de la conformación e institucionalización del campo de estudio de la comunicación. El segundo, de corte empírico, lo escribe Juan Nadal Palazón y se titula "Verdades a medias: la nominalización deverbal en los titulares periodísticos".



MUNDAIZ

Nº 75 Zk.
Enero-Junio 2008
San Sebastian, Universidad de Deusto
2008

La revista arranca con un extraordinario trabajo de Xabier Etxebarria Mauleón: "Misión, socialmente contextualizada, de la Universidad de Deusto"; seguido por un trabajo de Juan I. Pagola Carte: "Comunicación y valores. La responsabilidad en la publicidad de las ONGD en la prensa vasca de 2006". Continúa con Ana Isabel Recalde Delgado: "El discurso meteorológico como periodismo de servicio en la prensa vasca (El Diario Vasco 2006-2007)". Para concluir con la pluma de Manuel Barrero: "La controversia de las viñetas de Mahoma. Géneros, alcance y propaganda en la sátira gráfica".



Edgar Morin

A tres manos y sin complejos

*Edgar Morin estuvo entre nosotros. A decir verdad no acaparó mucho espacio en prensa y la cobertura en radio y en televisión fue más bien escasa. Este pensador francés, reconocido mundialmente como un intelectual que ha intentado e intenta llevar a cabo una gran síntesis de pensamiento sobre el mundo, el pensamiento en sí, la complejidad, ... es autor de lectura obligada para el que quiera entender “los signos de los tiempos”. Estemos o no de acuerdo con sus planteamientos esbozados en textos como **La industria cultural**, **El paradigma perdido**, **El hombre y la muerte**, **Autocrítica**, y en especial la serie **La Méthode**, tendremos que reconocer que sus ideas y sus atrevimientos intelectuales no pasan desapercibidos. Edgar Morin fue invitado por el Gobierno Nacional para conferenciar sobre la complejidad de los tiempos y de las circunstancias. Recordemos unas palabras que escribiera en **Para salir del siglo XX**: “(...) voy a tratar de mostrar que la pobreza de pensamiento y la riqueza de ilusiones políticas compiten para arrastrarnos a las tragedias y los desastres. Intentaré mostrar que, siendo juegos y conflictos de intereses, de fuerzas y potencias, de clases, de ideologías, de delirios, la política es en su corazón un juego del error y de la verdad: en otras palabras, no carece de importancia, no es accesorio, es vital no equivocarse en política, y es vital que la política que dirige nuestras aspiraciones no se engañe ni nos engañe”. Ojalá supiéramos, en la Venezuela del presente, entender eso*

El domingo 14 de septiembre, en su columna “A tres manos” del diario *El Nacional*, el profesor Rigoberto Lanz anunciaba la llegada del intelectual francés Edgar Morin con una fanfarria digna de un régimen que trata de revestirse con la aureola de los sabios del olimpo humano.

En el artículo “Morin entre nosotros” anuncia: “En breve tendremos entre nosotros al gran intelectual francés Edgar Morin. A sus 87 años de edad parece un joven iconoclasta que quiere “tomar el cielo por asalto”.

Lo que no queda claro en los objetivos de la visita es si Morin viene a contrastar sus planteamientos con los intelectuales adocenados del régimen, a recibir un homenaje por su labor crítica del capitalismo y de los socialismos reales del siglo XX, con los que al parecer nuestro régimen nada tiene que ver por ser del siglo XXI, o simplemente a dorar con la píldora del elixir de la juventud eterna la aprobación de un compendio de 26 decretos con rango y fuerza de ley, entre el 31 de julio y el 4 de agosto, con base en la Ley Habilitante aprobada por la Asamblea Nacional.

Nuestra labor de observadores críticos del acontecer intelectual nos incita a ofrecer una visión sintética del pensamiento simplificado y massmediático sobre la complejidad, expuesto, como diría Lyotard, “postmodernamente” y “explicada para niños”.

De entrada presentamos la visión sintética y retadora de Edgar Morin sobre el pensamiento complejo; a continuación se incorpora la reflexión de Rigoberto Lanz sobre el pensamiento de Morin; y por fin, recogemos una reflexión crítica del profesor argentino Carlos Reynoso del grupo Antropocaos sobre los aportes de Morin a la comprensión de la complejidad en las ciencias postmodernas.

Desde estas líneas celebramos la visita de Edgar Morin a nuestro país y esperamos que sus ideas fecundas sean debatidas en el campo intelectual y no en los santuarios petrodolarizados del régimen. ¿Se atreverá a repetir Morin ante su corte de acomplejados intelectualmente lo que plantea su pensamiento complejo: “Hoy en día el problema no es saber si la doctrina marxista ha muerto o no. Hay que reconocer que los fundamentos cognoscitivos del pensamiento socialista son inadecuados

para comprender el mundo, el hombre, la sociedad"? (*Le Monde*, 21-04-1993).

EDGAR MORIN:
"POR UN PENSAMIENTO COMPLEJO",
DIARIO EL NACIONAL,
22 DE SEPTIEMBRE

¿A qué llamamos *complejo*? Uno llama "compleja" una cosa enredada, incomprendible, incierta, de tal manera incierta que somos incapaces de aportar una definición. Algunos piensan muy ingenuamente que el pensamiento complejo se expande y se fortifica porque escuchamos decir cada vez más: "Oh, sabe usted, eso es muy complejo". Pero cuando decimos: "Eso es muy complejo" lo que queremos decir es: "Yo soy incapaz de responderle". No obstante, el pensamiento complejo es aquel que intenta responder al desafío de la complejidad y no aquel que constata la incapacidad de respuesta.

Es necesario responder a la cuestión de la incertidumbre. Es decir, un pensamiento que se bata por una articulación con lo real. Ello quiere decir que la lucha contra la incertidumbre y el combate que utiliza la incertidumbre son inseparables. Dado que la idea de un orden determinista del mundo y de la historia se ha desplomado, usted está obligado a afrontar la incertidumbre; al mismo tiempo, como el mundo del pensamiento reductor y compartimentado muestra cada vez más sus límites y su ceguera, usted debe abordar lo complejo en el sentido literal de la palabra *complexus* (tejer en conjunto).

Es el lazo, es decir, la capacidad de contextualizar, de situar un conocimiento y una información en un contexto para que adquieran sentido.

¿Por qué no podemos utilizar nuestras aptitudes cognitivas que funcionan siempre contextualizando y globalizando? Porque somos víctimas de la marca del pensamiento disyuntivo, del pensamiento reductor y del pensamiento lineal, mientras que en nuestra era planetaria los problemas son cada vez más ligados los unos a los otros.

Descartes sostenía que había que separar para conocer. Es necesario separar la ciencia y la filosofía; es necesario separar las disciplinas, separar los objetos, separar los elementos. Sí, pero a condición de que aquello que se separa pueda articularse de

nuevo. Hoy día de lo que se trata es de una separación en compartimentos herméticos. Es el pensamiento fragmentario que domina, que aíslan los fragmentos al interior del mundo y se corta el mundo longitudinalmente en sectores económicos, técnicos, etc. Este pensamiento tecno-científico que ignora a los seres, a la gente, a las culturas, es evidentemente incapaz de comprender los problemas de las etnias socio-céntricas; del mismo modo que las etnias socio-céntricas son incapaces de conocer los problemas ligados a la técnica. Es este tipo de pensamiento el que ha invadido la política. Todo ello nos coloca en la actualidad en una situación muy grave.

Desde este punto de vista el imperativo es *articular*. El pensamiento complejo se esfuerza en rearticular. En el mismo plano de la acción y la política mi diagnóstico es que estamos enfrente de un combate entre las fuerzas de asociación y las fuerzas de dislocación. Solidaridad o barbarie. Estamos languideciendo por falta de solidaridad. Estamos languideciendo por ausencia de una reforma del pensamiento. ¿Por qué es un problema del pensamiento? Porque las alternativas clásicas bloquean las formas de pensar.

Realismo y utopía son dos antinomias que se excluyen mutuamente según el modo de pensar instalado. ¿Usted es realista? Nada de utopía. ¿Usted es utopista? Nada de realismo. Lo mismo vale para lo uno y lo múltiple. Unos no hacen sino homogenizar abstractamente; los otros quieren la diversidad, pero la quieren compartimentada.

El problema es la incapacidad de escapar a estas alternativas rutilantes; la incapacidad de pensar la complejidad. Ese es el gran desafío al cual estamos confrontados.

RIGOBERTO LANZ:
"LA MÁQUINA MORIN",
DIARIO EL NACIONAL,
28 DE SEPTIEMBRE

En estos "tiempos nublados" de la posmodernidad resulta una rareza toparse con intelectuales que cultiven tan exquisitamente el rigor del pensamiento y la sensibilidad de la práctica. Seriedad para pensar, compromiso para actuar.

Profundidad de la reflexión y olfato agudo para saber dónde estamos parados. Ese es el talante de Edgar Morin. Sin es-

tridencia pero con contundencia. Sin poses mediáticas pero muy atento a la opinión pública. Sin concesiones a la vulgata periodística pero muy próximo al clima del mercado público.

No se trata sólo de una cuestión de estilo personal sino el resultado de una especial combinación de talento para la investigación (basta observar los 6 tomos de *La Méthode* donde Edgar Morin despliega una estrategia de investigación epistemológica que se hace cargo de la agenda básica de los problemas cruciales de la humanidad en este nivel) con una voluntad de compromiso a toda prueba (incluyendo su espíritu sobre la propia izquierda).

En los tiempos de mi doctorado en París (por allá en los años ochenta) discutíamos con mucha intensidad las secuelas del Mayo Francés a la luz del marxismo posmoderno que anestesió al movimiento estudiantil y postró a la intelectualidad crítica. Los seminarios de Edgar Morin eran para entonces un permanente debate donde se mezclaba el entusiasmo de la llegada de la izquierda al poder en Francia con el escepticismo de un campo socialista a la deriva. Las tesis de Morin eran puestas en escena en lenguaje incendiario. La derecha lo detestaba y la vieja izquierda... también. Por el estrecho margen de un pensamiento disidente se abrió camino una mirada del mundo que constituye hoy una tribu intelectual con muchas fortalezas.

De la mano de la *complejidad* y la *transdisciplina* han transcurrido varias décadas de duras batallas en el terreno de las ideas. No son pocos los malentendidos y usos oportunistas del pensamiento moriniano. Es relativamente fácil juntar unos cuantos términos sonoros para la muchedumbre y con ello hacerse pasar por un paladín de la complejidad o del pensamiento transdisciplinario. Esta mercadería barata abunda en los medios académicos.

En el otro extremo también puede conseguirse una propensión a asumirse como el "verdadero" intérprete del maestro. Con aburridas letanías hermenéuticas usted puede pasarse la vida afinando la "traducción correcta" o "lo que en verdad quiso decir..." el autor aquí o allá.

En los dos casos estamos en presencia de desviaciones que no pueden controlarse por mandato de alguna voz autorizada. No queda más remedio que tomarse el tiempo y la paciencia de poner las cosas en

su lugar cada vez que haya ocasión de discusiones mínimamente serias.

La mayor o menor cercanía con los contenidos sustantivos de este pensamiento es tan importante como la valoración ético-política de su postura sobre la realidad de hoy. Ambos polos se interconectan. No es posible pensar una cosa por un lado y desmentirla en la conducta práctica de la vida cotidiana por el otro lado. Esta exigencia de coherencia—tan endeble en los ambientes intelectuales latinoamericanos—coloca a Edgar Morin en una cúspide difícil de alcanzar. Es un pensador que abruma con la densidad de su programa de investigación y es al mismo tiempo un ejemplo de entereza política que se pierde de vista. Tal combinación no es sólo rara en estos tiempos de “*mínima moralia*” sino que perfila en sí misma el talante de una corriente intelectual que se bate abiertamente contra el canon establecido en todos los terrenos. Lo mismo da que sea en la controversia epistemológica o en los debates sobre la ecología o el drama de la violencia. La agenda es muy amplia. Los intereses intelectuales palpitan con los problemas calientes de esta humanidad en crisis (no es casual el título de su último libro: *¿Hacia el abismo?*).

La producción intelectual de Edgar Morin puede resultar intimidante. El calado de sus proposiciones conmueve por su fuerza, por su penetrante vitalidad. El tono de su crítica apunta a una radicalización de sus posturas.

**CARLOS REYNOSO: EDGAR MORIN
Y LA COMPLEJIDAD: ELEMENTOS
PARA UNA CRÍTICA, VERSIÓN
1.6 – SEPTIEMBRE DE 2007**

El núcleo duro del paradigma moriniano no está compuesto por elementos originales, sino por la agregación de diversas teorías ajenas, sujetas a una densa interpretación pero tratadas a un nivel de detalle y en un plano de complejidad tales que quien compare la escritura del *Método* con la de las fuentes canónicas no podrá negar fácilmente su relativa ligereza. En la obra de Morin hay dos regímenes estilísticos alternativos, ambos igualmente densos pero no difíciles:

- Cuando trata teorías de terceros, Morin les suele dedicar breves reseñas, seguidas de rápidos dictámenes en contra o a favor. Generalmente concede unos pocos renglones sustanciales a cada asunto, agregando luego varias capas argumentativas de posicio-

“

No es posible pensar una cosa por un lado y desmentirla en la conducta práctica de la vida cotidiana por el otro lado. Esta exigencia de coherencia—tan endeble en los ambientes intelectuales latinoamericanos—coloca a Edgar Morin en una cúspide difícil de alcanzar. Es un pensador que abruma con la densidad de su programa de investigación y es al mismo tiempo un ejemplo de entereza política que se pierde de vista

”

namiento estratégico que se repiten una y otra vez con escasas variaciones. En ocasiones parafrasea uno o más textos sin excesiva distinción, adosando observaciones que van tejiendo la secuencia de una obra localmente ordenada pero globalmente amorfa, al punto que daría lo mismo que el libro terminara en cualquier momento. En este sentido, la escritura exhibe más amontonamiento que progresión y cada tomo subsiguiente parece razonar con mayor morosidad y redundancia. Algunos argumentos (como el que estipula el carácter mutilante del conocimiento especializado, por nombrar uno) se repiten arriba de cien veces. Las críticas de otras teorías nunca son internas ni se refieren a cuestiones de importancia intrínseca, sino que son contingentes y proporcionales a la distancia entre la doctrina cuestionada y la propia posición. Rara vez queda claro cuáles son los autores y textos puestos en mira, su cronología exacta, el contexto de sus ideas, su vigencia, su estado actual; el aparato erudito es insuficiente y el manejo de la bibliografía (que es de porte modesto) luce como tercerizado, con discrepancias notorias entre los títulos mencionados en el cuerpo del libro y los apéndices bibliográficos.

- Cuando se aleja de los textos de apoyo y deja volar su razonamiento personal, Morin acuña conceptos que revelan su predilección por las aglutinaciones de sufijos que van quedando como residuo de cada idea tratada y se van volviendo más largas a medida que el libro avanza. Ejemplos típicos serían la polisúper-meta-máquina, la auto-trans-meta-sociología, los caracteres ego-(genosocio-etno)-céntricos, el ser meta-supra viviente/individual/ subjetivo, el complejo trans-mega-macro-meso-micro-social y el proceso de auto-(genosocio-fenogeo)-eco-re-organización computacional-informacional-comunicacional. Al lado de estas expresiones cuya razón de ser desentrañaré luego, son también típicas de su estilo las palabras empucladas y sus correspondientes exégesis, que también revisaré más adelante. El foco observable de ambas especies de escritura es menos el desarrollo metodológico que la puesta en acto de una persuasión doctrinaria de escuela ecléctica con un acento empirista: algo que se habría podido satisfacer en unas pocas páginas, pero que articula el libro de principio a fin.

En el intersticio entre ambos géneros, Morin cubre volúmenes con argumentos de apariencia incisiva pero a la larga indulgentes y carentes de filo como éste, en el que asigna a cada punto de vista en contienda más o menos la misma cantidad de relevancia: Los procesos cognitivos son a la vez productores y productos de la actividad hipercompleja de un aparato que computa/cogita de manera a la vez informacional/representacional/ideal, digital/análogica, cuantitativa/cualitativa, lógica/alógica, precisa/imprecisa, analítica/sintética, clasificante/desclasificante, formalista/concreta, imaginativa/verificadora, racional/mitológica. Todos estos procesos tienden a construir traducciones perceptivas, discursivas o teóricas de los eventos, fenómenos, objetos, articulaciones, estructuras, leyes del mundo exterior (1988: 221).

Cuando Morin dice que *El Método* no proporciona un método y que su variante de conocimiento complejo no puede ser operacional conviene creerle (1999: 35-36, 435). Ni en el comentario de trabajos ajenos ni en las partes autónomas se trasluce una preocupación reflexiva de alguna entidad sobre diseño investigativo, campo de aplicación, operatividad, casos empíricos, alternativas estratégicas, clases de problemas, tratabilidad, implementación, mode-

lado, técnicas disponibles, planteamiento de hipótesis, verificación, falsabilidad, dificultades a esperar y demás cuestiones de epistemología, teoría y práctica que serían naturales en un libro cuyo título promete al menos algo de eso.

Sólo en una ocasión he podido encontrar cierto rudimento metodológico escondido entre oleadas de alegorías; es hacia el final del tratado, en la parte en que Morin dice que si las diversas ciencias reconocieran su propia complejidad y la idea de auto-reorganización la conexión entre ellas “sería fácil”, pues se realizaría “mediante el paso de una complejidad a otra” (2003b: 62). Creo percibir una analogía entre esta idea y el concepto de clase de universalidad en ciencia compleja, pero el razonamiento moriniano es demasiado desvaído como para estar seguro; para abordar esas cuestiones (que no son nada fáciles) se requiere una definición de problema y un modelo de cambio que no existen en la teoría de Morin.

Aquí ya se vislumbra que pese a su talante aparatoso la justificación del *Método* es más bien débil, comenzando por sus diagnósticos sobre el estado de la ciencia. En varios lugares Morin afirma que ciertos conceptos esenciales (organización, sistema, retroalimentación positiva) no se han desarrollado en la sistémica y la cibernética clásica; la bibliografía técnica sobre esas materias, por el contrario, es de un volumen aplastante, incluso si se dejan fuera los aportes de las cibernéticas renegadas. Claramente, parte del problema se debe a que esos textos usan lenguajes formales de alta dificultad y se consiguen en journals especializados, en proceedings de congresos profesionales con referato o en disertaciones disponibles en unidades académicas, antes que en los poquísimos libros de circulación comercial que Morin privilegió en su pesquisa. No es entonces la producción científica la que está en falta, sino, según evidencia masiva, el alcance y la selectividad de sus lecturas.

En cuanto a las teorías de las que se nutre, a Morin le tiene sin cuidado que las piezas que componen el entramado sean contradictorias, que sus léxicos sean discrepantes o que entre los autores sobre los que reposa proliferen personajes que no han soportado la prueba del tiempo: Buckley, Driesch, Fromm, Koestler, Laborit, Lupasco, Maruyama, James G. Miller, Moles, Wilden. Sobre esa base, cada módulo temático de su obra traduce los términos de la investigación sustantiva a ideas inteligibles para lectores educados en otras disciplinas y orientados ha-

“

Las fuentes de Morin casi nunca son técnicas, por lo que sus muchos enemigos lo han acusado de ser un divulgador que se basa en un fondo bibliográfico elemental, que no profundiza en la intertextualidad de sus materiales, que no proporciona modelos más allá de las metáforas o que soslaya los papers esenciales de cimentación

”

cia otros universos de sentido. La pregunta que cabe hacerse es si Morin domina los elementos de juicio que se requieren para hacerlo competentemente. Por más que he intentado considerar innumerables factores atenuantes, me temo que la respuesta es que no.

Las fuentes de Morin casi nunca son técnicas, por lo que sus muchos enemigos lo han acusado de ser un divulgador que se basa en un fondo bibliográfico elemental, que no profundiza en la intertextualidad de sus materiales, que no proporciona modelos más allá de las metáforas o que soslaya los papers esenciales de cimentación (Morin 1984: 21-22; 2003a: 141; Dobuzinskis 2004: 442-443, 449; García 2005). Por desdicha, la recriminación es motivada: las visiones de conjunto, los manuales de iniciación, los libros simplificados para el gran público y los testimonios patriarcales saturan la lista de sus referencias. Morin lo admite: “Soy consciente de los caracteres lacunares e inciertos de mi cultura, del estado desigual del desarrollo de mi conocimiento y de mi reflexión” (1988: 38). O bien: “[En] esa área [la física] tengo conocimientos no solamente superficiales, sino extremadamente lacunares” (2003a: 141). Y también: “Sé, pues, que ignoro trabajos importantes, y que en ciertos casos la fuente de segunda mano oculta la de primera” (1999: 529).

Sabe también que para consumir ciertas articulaciones que él no obstante acomete “sería preciso reunir conocimientos y competencias que rebasan nuestras capacidades” (p. 23) y que su no-saber es oceánico (1998a: 30). Aunque con calculada humildad promete indicar “las lagunas de las que soy consciente, los dominios en los que mi información me parece demasiado incierta” (1988: 39), he encontrado que en el cuerpo de *El Método* jamás se molesta en hacerlo. Creo que es esa falta confesa de maestría técnica (que volveremos a comprobar y que llega a extremos descomunales) la que le llevaría a rechazar la teoría de sistemas o el psicoanálisis por las razones espurias, a subestimar fieramente la cibernética, a sostener en plena era del genoma, de los neurotransmisores, de la Web de banda ancha y de la telefonía celular que la teoría de la información está *passé* y a dejarse llevar por los intereses institucionales y la visión no compleja de autopoietas y cibernéticos de segundo orden, en lugar de abreviar en las investigaciones de estado de arte del MIT, el SFI, el LANL, Berkeley, Michigan, Lomonosov o las escuelas evolucionarias, como hubiera resultado más productivo.

Cada vez que participo en discusiones sobre Morin, sus defensores enarbolan saberes que le son distantes y le preceden en el tiempo como si le fueran propios y representativos; aquí es donde viene la inevitable apología de ideas como la organización, el sistema complejo, la emergencia, la recursividad, la no-linealidad, la morfogénesis. Pero ni uno solo de esos conceptos magníficos es suyo y raya en lo ofensivo que alguien crea que lo son; todos se originan en los tiempos inaugurales de las disciplinas complejas, o incluso antes, y aunque quede mal decirlo tan frontalmente él no ha contribuido un ápice a su esclarecimiento.

Ahora bien, leer a von Neumann, Gödel, Wiener, Turing o Ashby, los padres de esas ideas, requiere una intensa formación lógica y matemática; mi sugerencia es que el lector invierta algunos meses en adquirir algo de destreza por su cuenta en vez de confiar la lectura a un gestor (Morin o quien fuere) para que luego éste le cuente de qué se trata. Si así ha de hacerlo de todos modos, el caso es que existen mejores maestros, capaces de referir lo que otros dicen con menos interposición y mayor provecho epistemológico. El Morin del *Método* nunca califica como un pedagogo distinguido; él mismo reconoce su desinterés por una enseñanza

a la que una y otra vez sólo atina a llamar vulgarización (1988: 48; 1998a: 28; 1999: 33).

El inconveniente que percibo es que para enseñar un poco de estas cuestiones hay que saber mucho y que lo que hay por aprender es dificultoso, aún para quienes tienen el perfil disciplinario adecuado. Cuando Ernest Nagel, James Newman o Douglas Hofstadter interpretan a aquellos maestros se nota que conocen cada inflexión, que dominan los tecnicismos más herméticos y que por eso mismo descubren claves que nadie había divisado; se puede estar en desacuerdo con sus hermenéuticas, pero no es posible impugnar su dominio del tema. Cuando Morin con-

fiesa que es un nómada que sólo está de paso por ciertos territorios (1984: 22), el eufemismo sólo presagia que no cabrá esperar de su didactismo renuente y de sus lecturas a medio digerir el margen de respaldo y expertise que incluso la buena divulgación demanda.

Por eso es que al hablar de otros textos, aún en los raros casos en los que no se equivoca, Morin nunca parece destilar lo esencial sino acaso lo más accesible, el párrafo que por feliz coincidencia no incluye ecuaciones ni símbolos, el dato insinuante, la interpretación que más concuerda con su ideología, lo que alcanzó a inferir a través de un idioma inglés que siempre le ha sido hostil: no lo que está

más allá de lo que podemos entender nosotros mismos sino, como diría Bateson, lo que todo escolar sabe.

Soy consciente que un postulado teórico no se viene abajo sólo porque se descubra que es derivativo, porque haya retorcido un par de ideas al glosarlas en un léxico amigable o porque se encuentre que en la bibliografía se mencionan ensayos de dificultad prohibitiva de los que no hay el menor indicio de lectura en el texto. El problema es, como se verá, que la ciencia compleja sobre la cual Morin construye el edificio de su filosofía dista de poseer las propiedades que él le atribuye o de haberse desenvuelto a través de los sucesos que él narra.

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Coloquio Internacional Ciencia y Revolución

los desafíos políticos de la ciencia

"Es necesario y urgente una reforma de los modos de pensar"

Edgar Morin

Fecha: jueves 16 y viernes 17 de octubre
Lugar: Hotel Alba Caracas. Gran Salón

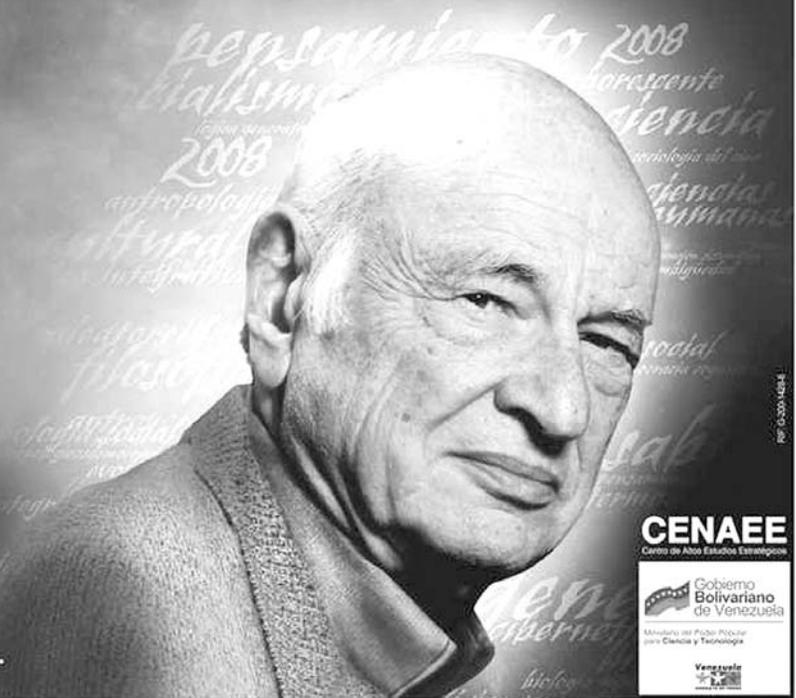
Ponentes Internacionales:

Edgar Morin. Francia
Roberto Follari. Argentina
Didier Moreau. Francia
Elmar Do Nascimento. Brasil
Alfredo Peña Vega. Francia

Actividades: Conferencia central de Edgar Morin "Ciencia con Conciencia", transmitida en vivo el jueves 16 de octubre a las 9:00 a.m., a través de la página web www.mct.gob.ve.

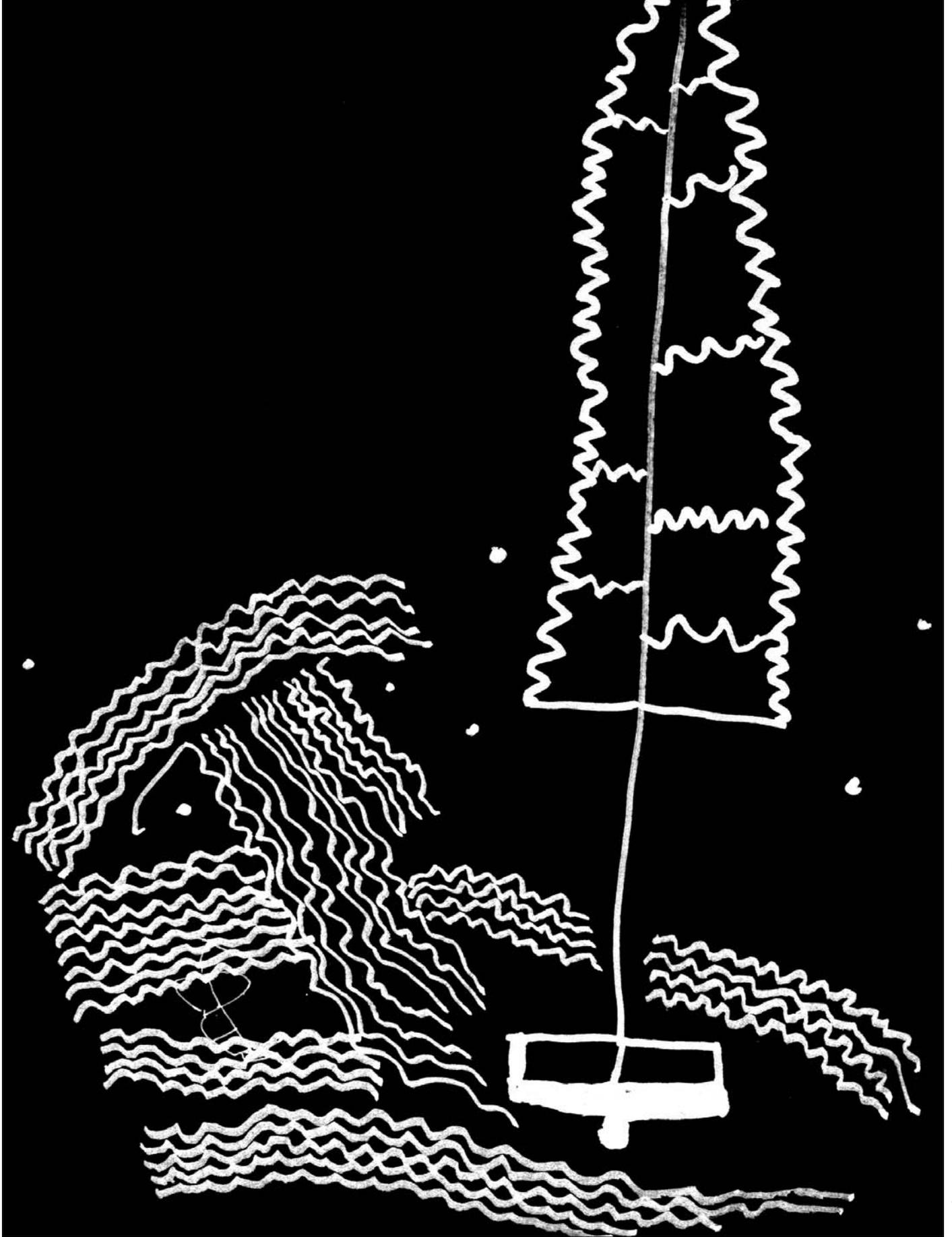
Foros: De 4:00 p.m a 6:00 p.m
(abiertos al público en general)

Ciencia y tecnología con y para la gente...



CENAE
Centro de Alto Estudios Estratégicos





Galería de Papel. Dibujo Yanomami. Acidowateri, Edo. Amazonas 1991

Galería de Papel



Persistencia de la Memoria

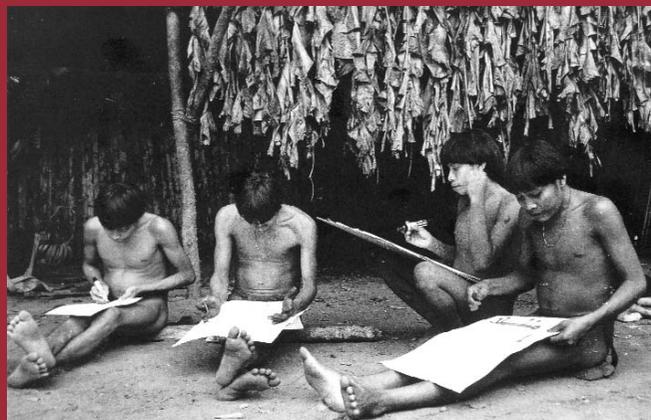
“Todo signo es mágico y puede darnos la presencia del espíritu”.

Joaquín Torres García

Entre la sombra y la luz de una cueva del paleolítico, la mano de un hombre de la época trazó sobre la piel de la piedra un punto. Primera unidad gráfica que abrió paso a una manera de pensar: el dibujo. A partir de ese momento nace una forma de expresión que con el tiempo se hizo lenguaje. Al preguntársele al artista alemán Joseph Buys, sobre lo que significaba dibujar, tajantemente respondió: “dibujar es pensar”. Desde el territorio de la ciencia Albert Einstein apoyó a Buys al sentenciar: “si no lo puedo dibujar, no lo puedo entender”. Cuando dibujamos exteriorizamos nuestra sensibilidad mediante una expresión gráfica que deja escapar la imagen que se forma en nuestra mente producto de los mecanismos perceptivos activados por un estímulo. Al dibujar sentimos, pensamos, construimos y hacemos posible la comunicación de una realidad interna o externa. El más simple y solitario punto posee la capacidad de significar y activar el pensamiento.

Hace más de cincuenta mil años, según estudios antropológicos aparecen en nuestro continente los primeros hombres. Si alguien en América arrastra en su memoria interna la esencia de la cultura original de esos primeros habitantes es, sin duda alguna, el Yanomami. Así lo afirma Daniel de Barandiaran en su libro *Los Hijos de la Luna*, al señalar que el yanomami “Es el testigo viviente, con sus demás hermanos marginales, del primer hombre entrando en América”. De allí que acercarnos a su mundo gráfico es encontrarnos con los grafemas figurativos de carácter abiertamente abstracto que configuran su imaginario pictórico. En su cuerpo, en el *locus estético* de los diversos objetos de su cultura material habita el punto, el cual recibió como herencia de la cultura del paleolítico. El punto y su consecuencia, la línea, son habitantes esenciales de todo *Oni Oni*. Expresión sonora que en el entorno del yanomami nombra cualquier representación gráfica asociada con el dibujo.

Al sur de Venezuela y al norte del Brasil, en la enmarañada selva amazónica, hundidos en la profundidad de las montañas, abrazando la cabecera de más de cincuenta ríos y afluentes, sobre una extensión de 240.000 Km. de senderos intrincados habitan los Yanomamis de la etnia Yanomama. Hombres que emergen del más remoto pasado en perfecta comunión y equilibrio con la naturaleza. Viven en comunidad, organizados en grupos familiares en los llamados *shapono*. Arquitectura de forma circular, como el punto, y de techo abierto al cosmos. A raíz de mi acercamiento a la Amazonia venezolana, en la búsqueda



Fotografía: V.H. Irazábal

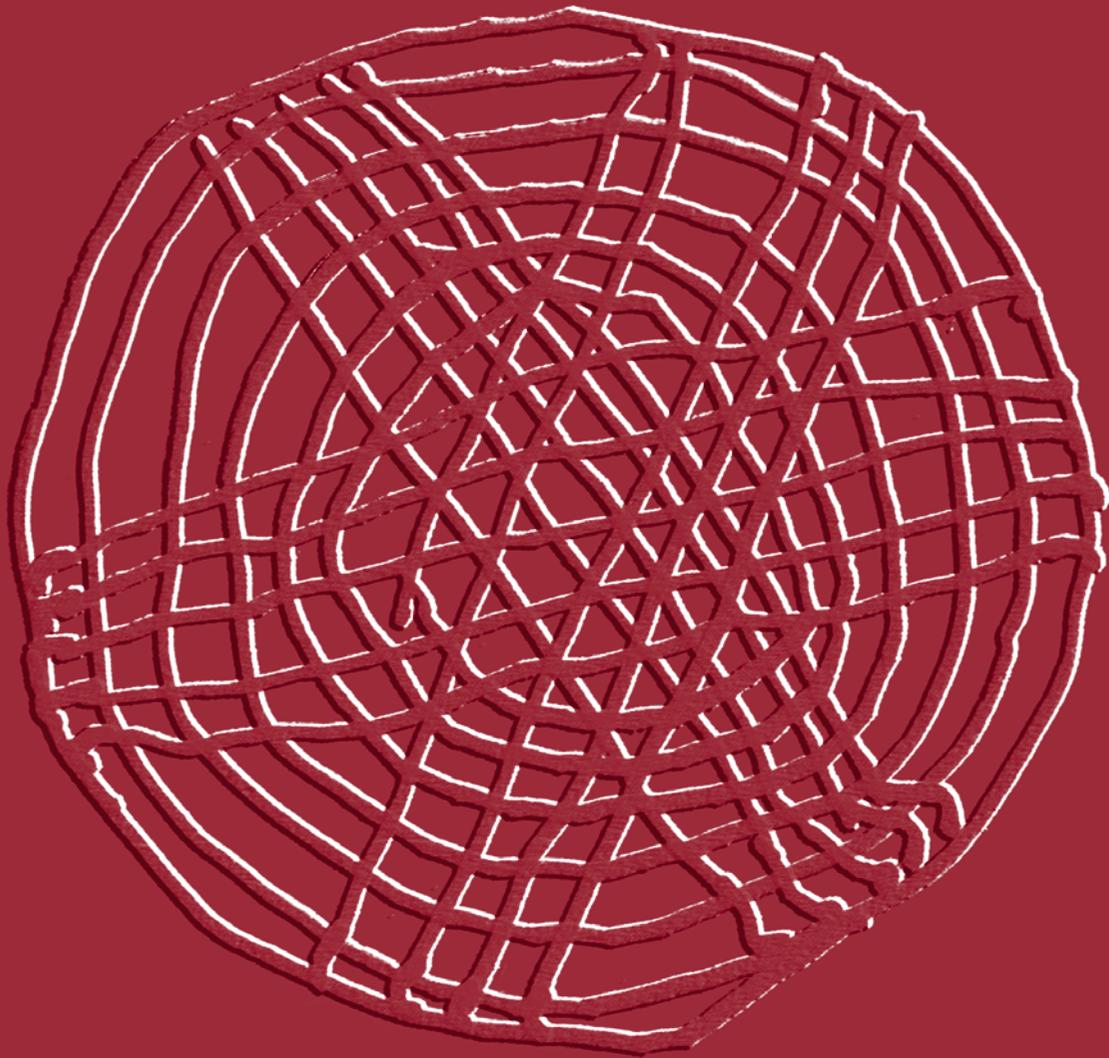
de la naturaleza en mayúscula y del signo primigenio, se iniciaron mis primeros contactos con esta etnia. Todo comenzó en Asidowateri, shapono sembrado en el corazón del triángulo fluvial formado por los ríos Orinoco, Siapa y Mavaca. Allí entré al mundo del shapori José Valero quien supo conducirme por la intrincada geografía de la selva amazónica en la búsqueda de la expresión elemental y profunda que habita el mundo gráfico del Yanomami. Líneas y puntos que gravitan desde los abrigos del pasado y que hoy el Yanomami sostiene en un cerco de resistencia para que no se olviden.

La cultura Yanomami es ágrafa, pero tal condición no restringe la existencia del arte. Aunque para este pueblo el arte no existe como una categoría lingüística, ni mucho menos como práctica social, el mismo está presente en el *locus estético* que vive en su cotidianidad. A pesar de que la acción de dibujar, Oni Oni, está supeditada como elemento ornamental a su cultura material y a la pintura corporal, ellos accedieron, en un clima de total libertad, a expresar mediante el dibujo sobre papel el rico mundo espiritual que emerge del mito, de la magia, de la naturaleza y del cosmos. Espacios inaccesibles para nosotros. Formas arquetípicas, que a pesar de no comprenderlas en su totalidad, tienen la fuerza de estremecer nuestro inconsciente colectivo.

Dibujantes que nos llevan al encuentro del origen, que tienen la capacidad, en la pureza de los signos primarios, de saber escuchar su mundo interno, de saber entender su entorno para sintonizarse con él y con el otro.

VICTOR HUGO IRAZABAL

irazabalzu@yahoo.com



- Ante el proyecto de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales
- 60 años de la radio popular y comunitaria en América Latina: historia, incidencia y prospectiva
- Experiencias de intermediación radial en Carabobo *Manantial 92.7* y *PuntoSur 97.5FM*
- Periodismo audiovisual a la merideña.
- “El techo sigue siendo de cristal”
- Periodismo, gerencia y conocimiento: la experiencia de los consejos editoriales de *El Nacional*

- El gremio que vino del frío
- Nivel de consonancia existente en tres medios periodísticos latinoamericanos sobre la liberación de Ingrid Betancourt
- Cinco años de investigación en comunicación en UCAB-Guayana
- Líneas gubernamentales en medios alternativos y comunitarios
- Mapa de situación de la prensa y medios regionales
- Línea alternativa, popular y comunitaria en la revista *Comunicación*