



COMUNICADORES EN *SHOCK*

Director

Marcelino Bisbal

Editor adjunto

Jesús María Aguirre

Consejo editorial

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
Carlos Correa
Agrivalca Canelón
Andrés Cañizález
Gustavo Hernández
Carlos Delgado-Flores
Luis Carlos Díaz

Consejo Fundacional

José Ignacio Rey
José Martínez-de-Toda
Francisco Tremontti †
Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
Ignacio Ibáñez †
Epifanio Labrador
César Miguel Rondón

Colaboradores**del presente número**

Claudia Mellado
Lauren Martínez
Carla Szemzo
Paul Starr
Pedro Pablo Peñaloza
Ibsen Martínez
Marino Alvarado Betancourt
Víctor Suárez
Agrivalca R. Canelón S.
Johandry A. Hernández
Raisa Urribarrí
Mireya Rodríguez Da Silva
Aura Daniela Velazco
Jorge Manrique Grisales
Fundación Cultural José Ignacio Cabrujas
EFE de España
Sagrario Berti
Verónica Egui Brito
James Callan
Oswaldo Barreto
Simón Alberto Consalvi
Argelia Ferrer
Sergio Dahbar
Federación Internacional de Periodistas (FIP)
Centro de Solidaridad de la AFL-CIO
Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa
(SNTP-Venezuela)

Revisión

Marlene García

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs.F 90^{oo}

Suscripción de apoyo: Bs.F 180^{oo}

Número suelto: Bs.F 25^{oo}

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>

Entradas

<i>Los colegios de periodistas en Latinoamérica</i>	
■ Claudia Mellado	4
<i>Situación laboral del periodista en Venezuela</i>	
■ Lauren Martínez/ Carla Szemzo	10
<i>Adiós a la era de los periódicos</i>	
■ Paul Starr	14
<i>Ante la reforma de la Ley del Ejercicio del Periodismo</i>	
■ Pedro Pablo Peñaloza	26
<i>Sobre la libertad de expresión</i>	
■ Ibsen Martínez	30
<i>Acceso a la información pública en la defensa de los derechos en Venezuela</i>	
■ Marino Alvarado Betancourt	34
<i>TDT, titubeos sin aplausos</i>	
■ Víctor Suárez	42
<i>Comunicación Integral de Marca</i>	
■ Agrivalca R. Canelón S.	46

Estudios

<i>El reto ético de las escuelas de América Latina. Caso Universidad del Zulia, Venezuela</i>	
■ Johandry A. Hernández	54
<i>Convergencias y divergencias en la sociedad de la información</i>	
■ Raisa Urribarrí / Luis Carlos Díaz	68
<i>Municipio Guaicaipuro del Estado Miranda. Estudio exploratorio de las radios comunitarias</i>	
■ Mireya Rodríguez Da Silva / Aura Daniela Velazco	80

Hablemos

<i>Comunicación es cualquier cosa -Conversando con Raul Fuentes Navarro-</i>	
■ Jorge Manrique Grisales	86

Informaciones

89

Reseñas

96

Documento

<i>Derechos laborales de los periodistas. Análisis regional 2008</i>	
FIP/ Centro de Solidaridad de la AFLCIO/SNTP de Venezuela	100

Comunicadores

Las perturbaciones del periodismo en el siglo XXI no son simplemente atribuibles al impacto tecnológico, como han aseverado algunos analistas sobre el futuro de las comunicaciones.

A nuestro entender hay un conjunto de factores que han barrenado el ejercicio profesional desde mediados del siglo pasado y que aún siguen minando una identidad que fue forjándose a lo largo del siglo XX.

Veamos el ciclo histórico a partir de los procesos más significativos de estos últimos cincuenta años. En la primera etapa del periodismo, ya industrializado, se forjó la figura de los reporteros y redactores a partir de un número significativo de personas que comenzaron a desarrollar su actividad como un oficio más a tiempo completo. Las mismas empresas comienzan a demandar más competencias en un campo de trabajo cada vez más diversificado (diseño, fotografía, especialistas de secciones...), aun antes de la explosión de los medios electrónicos (periodismo de radio y televisión).

El personal de los medios, partiendo de la tradición de los sindicatos, se va organizando no solamente en torno a reivindicaciones económicas y salariales, sino también de cara a obtener el reconocimiento y la protección legal como profesionales. De ahí el salto a los diversos tipos de asociaciones y particularmente a la colegiación de los profesionales.

Pero a diferencia de otras carreras, como la de médico, ingeniero, arquitecto, educador... que se han consolidado bajo las etapas típicas de la profesionalización y cuya experticia se reconoce y además se resguarda con protección legal, el periodismo se ha encontrado con el escollo de intervenir en un campo muy sensible como es el del espacio público en el que coliden el derecho a la comunicación de los periodistas y ciudadanos.

La consideración de que el ejercicio de la ingeniería, de la medicina o la educación tiene que contar con una licencia otorgada por una autoridad con el objeto de garantizar la competencia e idoneidad del profesional, no parece aceptarse tan fácilmente en el caso de los periodistas, por cuanto estaría interceptando el espacio de la libertad pública de expresión ciudadana.

Esta argumentación ha sido reforzada además con la afirmación de que cualquier profesional de otras carreras está dotado de competencias expresivas –sobre todo oralidad y escritura– suficientes para desempeñarse como periodista y la percepción de que el ciudadano común con cierta cultura puede cumplir los roles básicos del comunicador en los medios modernos. Lógicamente, la polémica ha derivado en las batallas legales sobre la obligatoriedad o no de la colegiación de los periodistas, que aún sigue viva, pero mortecina, pues la ola neoliberal de la flexibilización laboral, acompañada del *marketing* redaccional y el modelo de infotretimiento (*infotainment*) ha hecho estragos entre las planillas de profesionales.

Las simplificaciones en el orden argumental han reforzado la tesis de que el ejercicio periodístico es más bien un oficio que



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

no requiere competencias especiales y, por ampliación, que la labor comunicacional en la radio y televisión puede ser cubierta por cualquier fablistán o personaje con dotes histriónicas.

A favor de la misma se aducen dos tipos de pruebas, unas de carácter casuístico y otras de índole formativa. ¿Acaso no

en shock

conocemos, se afirma, numerosos casos de empíricos que se han hecho reporteros en la calle o redactores en las oficinas de los periódicos? Incluso periodistas-escritores de la talla de Gabriel García Márquez se han sumado a este planteamiento. La conclusión se reduce a la afirmación de que “el periodista nace, no se hace”. Es decir, hace falta el ADN genético que puede perfeccionarse con la práctica en la oficina y en la calle.

En el segundo tipo de argumentación sobre el orden formativo se ha aducido la contraposición entre las estrategias formativas norteamericanas y europeas. Frente a la tradición americanista de formar en la academia para las nuevas carreras, superando la época de la empiria, los países europeos mantuvieron la convicción de que era preferible una sólida formación en una disciplina específica que fuera complementada con unos cursos de periodismo.

Aunque la mayor parte de las universidades, incluso europeas, se ha ido sumando con el tiempo a la tradición americanista, sobre todo a partir de la diversificación de las comunicaciones en múltiples líneas formativas, ya no vinculadas a los contenidos, sino a las experticias en la producción y en el manejo de los nuevos códigos y dispositivos tecnológicos (radio, cine, televisión...), en la práctica del reclutamiento para los medios sigue manteniéndose la propuesta europea, máxime cuando se trata de seleccionar el personal para las especializaciones derivadas de los contenidos y secciones (economía, política, cultura...). De hecho, siempre, desde los inicios del periodismo moderno, ha habido escritores de diversa formación que han participado en los medios, pero generalmente, bajo la figura de colaboradores, por cuanto no se trataba de personal empleado en la nómina de la empresa. La flexibilización laboral de los años 80 y la dinámica de externalización de las actividades (*outsourcing*) con trabajadores a destajo o por cuenta propia (*free lance*) ha desdibujado las fronteras que ha incidido en el desmejoramiento de las condiciones laborales y la difuminación profesional.

La explosión de los medios digitales bajo sus múltiples modalidades ha erosionado aún más las fronteras frágiles de la profesionalización hasta el punto de afirmar la desaparición del periodismo por cuanto ya toda persona con habilidad, por ejemplo para habilitar un blog o manejar twitter, pudiera ser conceptuada como periodista. También aquí la simplificación de las labores periodísticas, aunada al mito de que la automatización de los procesos digitales eliminaría a los mediadores, hizo pensar que los periodistas eran ya un gremio en extinción. Los diez últimos años de consolidación del periodismo digital han demostrado la inconsistencia de esta afirmación, por cuanto los periodistas no han desaparecido, sino más bien se han transmutado, como era previsible, pero el mito de su final pervive.

Sin embargo, las grandes empresas periodísticas, que comenzaron a adaptarse al nuevo entorno digital, con las esperanzas gatopardiana de cambiar y mantener los altos índices de ganancias, combinando la proletarianización de los periodistas con las ventajas

de la productividad tecnológica, han sido afectadas también por un *tsunami*, en el que aún no se ven las nuevas modalidades de negocio, es decir, formas estructurales para mantener la alta rentabilidad del pasado.

En el caso venezolano tenemos otras perturbaciones que provienen de las estrategias promovidas por el actual gobierno y que responden a una doble intención estratégica: incrementar el empoderamiento ciudadano a través de la ampliación de la etiqueta de comunicador a una amplia gama de personas que laboran en los medios alternativos, populares y comunitarios sin mayor cualificación, y a la vez reducir la influencia de los medios privados, especialmente comerciales, considerados como contrarrevolucionarios.

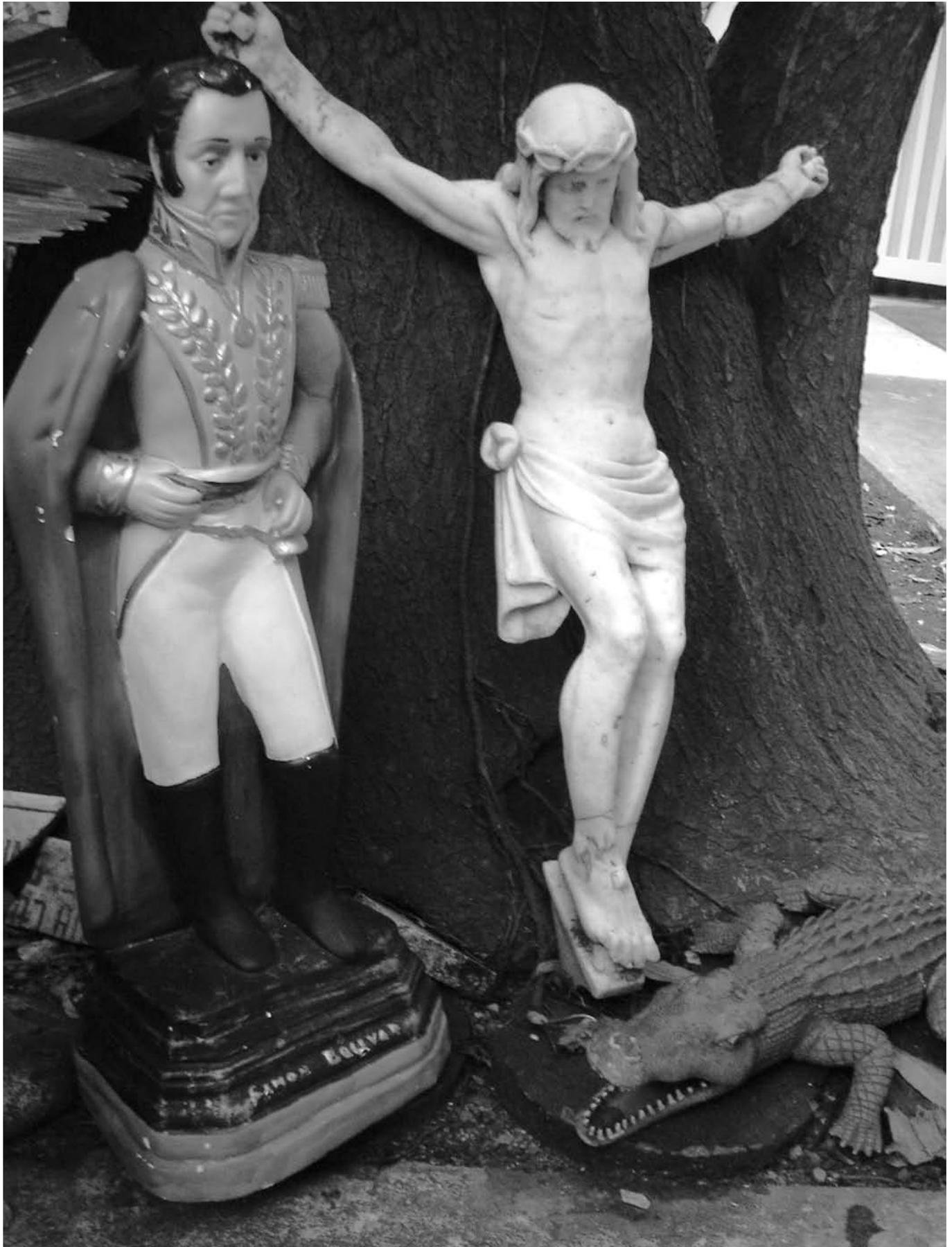
La pretensión de cambiar la actual Ley del Ejercicio Profesional del Periodismo y desmantelar el Colegio Nacional de Periodistas va orientada a crear nuevas organizaciones paralelas, que queden dependiendo del correaje gubernamental. Sería ingenuo pensar que son medidas orientadas a fortalecer un empoderamiento ciudadano a través de medios sustentados económicamente por el Gobierno.

Por fin, no puede minusvalorarse el impacto de la crisis económica actual, que ha supuesto la pérdida de empleo en la mayor parte de los países. Solamente en Estados Unidos la industria periodística ha eliminado cerca de 36 mil puestos desde la fecha del colapso de Lehman Brothers en septiembre de 2008, y más de 46 mil desde enero de ese mismo año. Un estudio de Unity Journalist informa que la pérdida de empleos en los medios triplica a la del resto de la economía. ¿Seremos inmunes a esta crisis mundial?

En Venezuela la supuesta ampliación del empleo por la apertura de numerosos medios digitales, alternativos, populares, comunitarios o como se los quiera llamar no deja de ser un espejismo. Una burbuja inflada de subsidios puede estallar en cualquier momento, como ya está sucediendo, en ese campo de una democracia comunicacional ilusoria. Por otra parte, los cierres selectivos de emisoras y canales por motivos políticos –siempre con cobertura legal– en medio de la crisis económica, ennegrece aún más un panorama ya de por sí tenebroso.

La reconversión y convergencia de los medios en la que apenas hemos entrado, también supondrá una última sacudida para la que debemos estar preparados medios y periodistas, pues no solamente estará en juego el empleo, sino las mismas bases del derecho a la comunicación y la libertad de prensa, que son la razón de ser de la profesión.

En fin, en este número de la revista encontrará usted los insumos para enriquecer este panorama, cuyos nudos principales hemos expuesto, pero que aún están por desatarse. Digamos que la profesión está conmocionada por tantas sacudidas simultáneas y por eso hemos escogido esa expresión para nuestro número: Periodistas en *shock*. Esperemos que sea para la salud del periodismo y de los periodistas.



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

Asociatividad y profesionalización del periodismo

Los colegios de periodistas en Latinoamérica

A lo largo de este artículo se efectúa una revisión de la historia de los colegios de periodistas en Latinoamérica, así como de las regulaciones legales que a través de la estructura social y política del continente han moldeado el desarrollo de estas organizaciones, en base a dos aspectos claves: la obligatoriedad de la colegiatura y la exigencia de un título universitario para ejercer la profesión. Asimismo, se reflexiona sobre la carga cultural y los niveles de validación que estas asociaciones tienen hoy dentro de la actividad periodística.

COLEGIOS DE PERIODISTAS Y PROFESIONALIZACIÓN: ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Independiente de las diferencias culturales de los periodistas y del periodismo en el mundo entero, no hay duda que la profesionalización de la actividad se ha venido posicionando como uno de sus mayores objetivos.

En el caso latinoamericano, la preocupación en el ámbito profesional ha sido notoria –si no mayor– en tanto la carga simbólica y cultural de la palabra *profesión* en la zona, ha adquirido valores y representaciones sociales potentes¹. Los tempranos estudios de Menanteau-Horta (1967), Day (1968) y McLeod y Rush (1969a, 1969b) en los años sesenta, ya reportaban que en general, los periodistas de la región presentaban altas aspiraciones profesionales.

La necesidad de encontrar un rol ocupacional que cumpla con las características básicas de autonomía, dominio de conocimientos y cultura organizacional, entre otros aspectos, ha creado fuertes

presiones, tensiones e incluso divisiones entre el mundo profesional y la academia, para lograr la profesionalización en el ámbito del periodismo.

Sin embargo, dichas pretensiones pudieran no ser siempre consecuentes con las condiciones económicas, culturales y políticas enfrentadas en la región.

En distintos países, los primeros pasos hacia la profesionalización comenzaron con el establecimiento legal o según acuerdos alcanzados entre empleadores y trabajadores, del estatus del periodista. En torno a dichas circunstancias nacen los *colegios profesionales* para periodistas, un fenómeno particular en el continente latinoamericano, que coexiste con sindicatos en muchos países (Garrison y Goodsell, 1996), pero que a diferencia de las organizaciones gremiales o profesionales existentes en Norteamérica o Europa intentan –al menos idealmente– abarcar y responder tanto a los intereses laborales, como formativos, éticos e intelectuales de la profesión².

Aunque los primeros antecedentes de la sindicalización periodística en Latino-

■ Claudia Mellado

américa surgen mucho antes del reconocimiento oficial de la profesión, el primer colegio de periodistas se crea en Cuba, en 1942. Chile siguió en 1956, aunque la ley no estuvo operativa hasta 1957. Costa Rica en 1969, Venezuela en 1972, Colombia y Ecuador en 1975, Nicaragua y Honduras en 1979, Perú en 1980 y República Dominicana en 1984, también implementaron sus colegios.

Desde aquel entonces, el debate sobre la existencia de este tipo de organizaciones no ha cesado. Dos son los aspectos claves que los diferentes autores han discutido: obligatoriedad de la colegiatura y la exigencia de un título universitario.

Según narra Knudson (1996: 878) “ninguna cuestión ocurrida en años recientes en Latinoamérica ha despertado tal oposición y malentendido, como el sistema por el cual alguien deba tener un grado de universidad en periodismo y/o ser miembro de un colegio —una asociación profesional— para ejercer el periodismo”.

En efecto, el establecimiento de muchas organizaciones y/o colegios profesionales de periodistas después de la Segunda Guerra Mundial —aunque muchos ya habían sido formados antes— contribuyó a una prominente controversia en torno a este aspecto de la profesionalización (Ferreira y Tillson, 2000)³. En la mayoría de los casos, estas organizaciones requirieron, desde sus inicios, que los periodistas tuvieran estudios de periodismo en una universidad reconocida, para así poder trabajar en el campo.

Tanto las universidades como muchos periodistas intervinieron y apoyaron la creación de los colegios, reclamando un mejoramiento del estándar de la profesión en el continente latinoamericano. Dos objetivos distintos eran perseguidos: para las primeras, la idea era aumentar la matrícula de alumnos en sus programas académicos y estrechar relaciones con el mundo laboral; mientras que para los segundos, el propósito apuntaba hacia una dirección opuesta; es decir, restringir el número de periodistas para así, con una oferta menor, mejorar los salarios.

LA DISPUTA DE LA COLEGIATURA OBLIGATORIA: EXCLUSIVIDAD PROFESIONAL VERSUS LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Es ampliamente acordado que las raíces de los colegios profesionales en Latinoamérica provienen de la pobreza económica de los periodistas, los cuales han

“

Tanto las universidades como muchos periodistas intervinieron y apoyaron la creación de los colegios, reclamando un mejoramiento del estándar de la profesión en el continente latinoamericano. Dos objetivos distintos eran perseguidos: para las primeras, la idea era aumentar la matrícula de alumnos en sus programas académicos y estrechar relaciones con el mundo laboral; mientras que para los segundos, el propósito apuntaba hacia una dirección opuesta

”

sido tradicionalmente mal pagados, con una muy baja seguridad laboral, sobre exigidos y poco valorados profesionalmente.

Así las cosas, las asociaciones periodísticas ayudaron a lanzar programas de periodismo en universidades en todas partes de América Latina a finales de los años 40 y los años 50, como forma de promover el profesionalismo en el área. Aún más, durante los años siguientes, las universidades y organizaciones periodísticas fueron capaces de convencer a muchos gobiernos latinoamericanos en términos de exigir por ley, a los periodistas, la obtención de su grado académico y su pertenencia a organizaciones y/o colegios (Garrison y Goodsell, 1996).

Mientras tanto, los dueños de los medios, igualmente afectados tanto en términos económicos como ideológicos, se ampararon en la retórica de la Guerra Fría, argumentando que los colegios se convertirían en una amenaza para la libertad de expresión (Gardner, 1985). Pese a ello, el número de colegios continuó aumentando. Mientras en 1973 ocho naciones tenían el sistema colegio, en 1993 ya había catorce: Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, República Domi-

nicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú, y Venezuela. Algunos estaban inactivos, pero permanecieron al menos sobre los libros (Knudson, 1996).

Sin embargo, a causa de la desregulación generada a mediados y a finales de los años 80, forzada por la innovación tecnológica y la privatización de los mercados internacionales, los países latinoamericanos que tenían colegios con plenos poderes, como Chile, Colombia, Costa Rica y Perú, entre otros, terminaron por cambiar su legislación de prensa. Por ejemplo, la ley impuesta por la dictadura de Augusto Pinochet en Chile modificó las reglas, excluyendo la obligatoriedad de pertenecer a una organización profesional. El Colegio de Periodistas perdió entonces la tui-ción ética de sus miembros y el poder formal de autoridad en el escenario local.

Desde entonces, diferentes países han seguido el mismo camino, continuando los pasos de libre mercado y desregulación de países como Estados Unidos y algunas zonas de Europa.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos, en su quinta opinión consultiva del 13 de noviembre de 1985, sobre la Colegiación Obligatoria de Periodistas relativa a Costa Rica, argumentó en torno a la libertad de pensamiento y expresión, y advirtió que en la medida en que impedía el acceso de cualquier persona al uso pleno de los medios de comunicación como vehículo para expresarse y/o transmitir información, la obligatoriedad de colegiación de los periodistas era inconstitucional e incompatible con la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

De esta forma y con posterioridad, el 9 de mayo de 1995, la Corte Suprema de Costa Rica declaró inconstitucional el artículo 22 de la ley 4,420 que estaba en efecto desde el 22 de septiembre de 1969, según el cual se requería membresía obligatoria y posesión del título de periodista para el ejercicio de la profesión.

Si nos basamos en el planteamiento de quienes afirman que los valores profesionales como la asociatividad están condicionados por las propias organizaciones asociativas —que son las que, en definitiva, imponen los códigos de conducta y aspiraciones de sus miembros— esta situación daría cuenta de las propias limitaciones de la organización periodística colegiada.

En efecto, después del veredicto de la Corte Interamericana y con ello, de los cambios ocurridos en distintos países del hemisferio, se tiende a definir a la asociatividad como una organización volunta-

ria, y si bien en la mayoría de los países latinoamericanos se requiere *teóricamente* un título universitario para ejercer el periodismo, en muchos casos esto se ignora o se acude a distintos *resquicios legales* al momento de contratar a quienes ejercerán los puestos de periodistas. Al mismo tiempo, casi en todas partes un periodista puede ejercer la profesión sin estar inscrito en un colegio, sin siquiera reconocer a esta organización como representativa del gremio.

Por ejemplo, la legislación en Perú dispone la colegiatura de los periodistas, aunque su ley de nacimiento fue ambigua y confusa. Si bien registra la obligatoriedad de la colegiación, al mismo tiempo defiende su libre ejercicio, lo que hace que en la práctica a muchos periodistas no les interese colegiarse. A ello se añade la extrema liberalidad formal para los ingresos: la de los titulados en periodismo, la de los titulados en otra profesión con tres años de práctica periodística, y la de aquellos que sin título universitario acrediten ocho años de ejercicio en un medio de comunicación (Garrison y Goodsell, 1996).

En el caso de Chile, la normativa constitucional vigente señala dentro del capítulo de derechos fundamentales, en su artículo 19, que: “nadie puede ser obligado a pertenecer a una asociación”. Por este motivo la colegiatura es voluntaria y la Ley de Prensa aún vigente declara que los que se llamen periodistas deben tener un grado de universidad profesional legalmente válido en Chile. Sin embargo, ésta no estipula ni prohíbe que ajenos a la profesión la ejerzan y/o practiquen, si ellos no se denominan a sí mismos como tal.

En Ecuador, la colegiatura obligatoria es requerida desde el año 1975, pero la ley es normalmente ignorada. El caso en Colombia es bastante parecido. Aunque la ley requiere un grado universitario en comunicación o periodismo, generalmente no es muy considerada por los empleadores.

En México, la situación es aún más extrema, pues no es necesaria una acreditación formal ni un título universitario específico del campo del periodismo o de la comunicación social. Pese al crecimiento de la oferta y demanda universitaria, “no hay exigencias institucionales que impidan a personas con otro tipo de formación trabajar en las redacciones de los medios informativos; incluso, en muchas ocasiones los directivos de los medios prefieren contratar a gente que no haya estudiado comunicación o periodismo” (Hernández, 2004: 118).

“

En Venezuela, en tanto, aunque se había mantenido una de las más fuertes regulaciones en torno a la profesión periodística en el sub-continente, y en teoría aún se exige un grado de universidad y la obligación de estar en un colegio, en la práctica no se está aplicando la Ley de Ejercicio del Periodismo, lo que excluye cualquier sanción o suspensión de la profesión para quienes caigan en su incumplimiento.

”

En Guatemala, en tanto, hoy se carece de un colegio profesional de periodistas.

En Honduras, la Ley Orgánica del Colegio de Periodistas (CPH) data del 25 de mayo de 1979 y ha sufrido varias modificaciones. La Ley de Colegiación Profesional Obligatoria es anterior a la del Colegio de Periodistas, ya que data del 6 de junio de 1962. Sin embargo, dicha estipulación estuvo circunscrita a colegios profesionales, situación que deja al CPH en medio de la indefinición, al haber éste admitido desde sus inicios a periodistas sin formación universitaria (Vallejo, 2007)⁴.

En República Dominicana, la colegiatura obligatoria fue declarada inconstitucional por la Corte Suprema de Justicia en 1989. Más tarde, esa medida fue sustituida por otra que dispuso la colegiación voluntaria, dando la libertad para contratar a periodistas que no estén afiliados (Trotti, 2004).

En Venezuela, en tanto, aunque se había mantenido una de las más fuertes regulaciones en torno a la profesión periodística en el sub-continente, y en teoría aún se exige un grado de universidad y la obligación de estar en un colegio, en la práctica no se está aplicando la Ley de Ejercicio del Periodismo, lo que excluye cualquier sanción o suspensión de la pro-

fesión para quienes caigan en su incumplimiento.

Paralelamente, distintas declaraciones se han levantado en pro de la voluntariedad de la pertenencia a asociaciones profesionales de periodistas para el ejercicio de la profesión. La declaración de Chepultepec fue proclamada el 11 de marzo de 1994 en la Ciudad de México, en una conferencia organizada por la Asociación Interamericana de la Prensa, y en ella se declara que los miembros de las asociaciones de periodistas, sus inscripciones y la afiliación de los medios y grupos económicos a dichas organizaciones, deben ser de carácter estrictamente voluntario. Por su parte, la declaración de Santiago, proclamada el 6 de mayo de 1994 en Chile, establece que el acceso a la práctica de periodismo debe ser libre y no limitado por ningún medio.

Más recientemente, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), en un documento emitido el 2006, expuso su postura contraria a la colegiatura obligatoria al afirmar que “es fundamental para un clima verdadero de libertad de expresión y de prensa, el principio de que toda actividad y afiliación de los periodistas a los gremios, cámaras o instituciones del sector debe ser estrictamente voluntario”.

No obstante, naciones como Brasil han logrado regular igualmente la práctica profesional del periodismo, estipulándose en su legislación que sólo pueden trabajar como periodistas quienes tengan el título universitario como tales y estén registrados en el Ministerio de Educación (FELAFACS, 2005; Herscovitz, 2000)⁵.

VALOR CULTURAL Y NIVELES DE VALIDACIÓN DE LOS COLEGIOS PROFESIONALES EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

El contexto social que envuelve a Latinoamérica ha generado una realidad distinta a la vivida en otras latitudes, sobretudo en términos políticos, económicos y culturales (Mellado, 2009). En este sentido, tanto el nacimiento como la importancia que los colegios y/o asociaciones profesionales han tenido en pos de la profesionalización del periodismo, tienen raíces y desarrollos distintos. Asimismo, el nivel de poder, autoridad y eficacia con que dichas asociaciones han logrado defender los derechos y deberes de la actividad periodística, han llevado a cada región y país a diferentes estados de desarrollo de la profesión.

Mientras en Europa y Estados Unidos sus organizaciones parecen mayormente enfocadas sobre los aspectos profesionales de sus asociados, en Latinoamérica se está más pendiente de las precarias condiciones de trabajo de los periodistas y de la libertad de prensa que aún presenta secuelas en ciertos países, producto de ex-dictaduras y movimientos violentistas de diversa índole.

A esto se debe sumar el fenómeno global de desinterés por pertenecer a agrupaciones gremiales, profesionales y asociativas de distinto tipo.

Resultados de un estudio cross nacional sobre valores y creencias humanas (Inglehart et al., 1998), basado en el *1990-1993 World Values Survey*, proporciona elementos de análisis en torno a muestras representativas de más de 40 sociedades (70 por ciento de la población mundial).

Sobre la pertenencia a organizaciones gremiales, dichos datos revelan que mientras la población de países como Rusia, Groenlandia, Estonia o Suecia presenta entre un 59 y un 62% de participación en sindicatos; los primeros países latinoamericanos que se ubican en la lista (Chile y Brasil), lo hacen en el lugar 26 y 27 respectivamente, con apenas un 6% de nivel de participación. Les siguen México en el puesto número 32 con un 4%, y Argentina en el último lugar de la lista (35) con sólo un 1%. Situación similar se repite con la pertenencia a organizaciones profesionales, donde el primer país latinoamericano en figurar (Brasil) lo hace en el puesto número 22, con un 5% de participación, seguido de Chile, México y Argentina con un 3%.

Respecto al trabajo voluntario que la población podría hacer en torno a sindicatos y organizaciones gremiales, los países de la región se ubican en los dos lugares más bajos de la tabla. El mismo esquema se repite en torno a las organizaciones profesionales.

En efecto, de acuerdo a resultados de un estudio sobre los periodistas del sur de Chile (Mellad y Parra, 2008; Mellado et al, 2006), se llegó a determinar que el nivel de asociatividad en el Colegio es sustancialmente bajo. Del total de profesionales en ejercicio de la zona estudiada, los que tienen una relación de colegiatura con la institución sólo representan un 14,4%, cifras muy coincidentes a las que se alcanzan a nivel nacional en este país (14,3%). Asimismo, del total de los egresados de los últimos seis años de la carrera de periodismo, sólo un 2,7% se había colegiado.

“

Mientras en Europa y Estados Unidos sus organizaciones parecen mayormente enfocadas sobre los aspectos profesionales de sus asociados, en Latinoamérica se está más pendiente de las precarias condiciones de trabajo de los periodistas y de la libertad de prensa que aún presenta secuelas en ciertos países

”

Otano y Sunkel plantean (2003) que la frustración que durante los años 80 y 90 han sufrido los periodistas latinoamericanos, se encuentra justamente asociada a una debilitada cultura profesional al interior de la profesión, a la fuerte desprotección sindical y gremial de sus miembros, así como a la falta de interés y al individualismo de los propios periodistas por acudir a instancias asociativas que respondan conjuntamente a los graves problemas que su colectivo afronta.

Trotti (2004), en tanto, indica que una de las razones que explicaría la pérdida de fortaleza de los colegios profesionales, es la poca influencia que la colegiación obligatoria ha tenido en la obtención de mayores beneficios o mejores condiciones laborales en el ejercicio profesional del periodista.

Desde las organizaciones asociativas, se responsabiliza a los efectos de la represión antisindical de los distintos regímenes militares, así como a la crisis global de representatividad y participación social. Mientras, desde la óptica académica se enfatiza respecto a la desvalorización general de la profesión, así como a la liberalización político-económica y educacional que abrió nuevas áreas laborales y aumentó la cantidad de egresados de manera inorgánica, alterando la tradicional relación periodistas-medios de comunicación.

Es evidente que en el caso puntual del periodismo, esta desafección hacia los co-

legios y/o asociaciones profesionales podría generar un círculo vicioso muy arriesgado, donde el incentivo para pertenecer a dichas agrupaciones decaería, en tanto no existe obligatoriedad—explícita ni implícita—de formar parte de ellos, y los periodistas sufren precariedad laboral, baja autoestima y crisis de identidad profesional. Asimismo, donde los colegios no tienen autoridad ni muchas veces interés para interferir en el desarrollo de la profesión y su práctica.

Dicha situación puede desembocar en una pérdida absoluta de confianza y orientación, producto de la inexistencia de consenso a nivel nacional y regional—dentro y fuera de la academia—sobre qué se acepta y perfila como periodista. Esto dificulta aún más la concepción de un ambiente propicio y reconocible que fortalezca el asociacionismo, le otorgue pautas de acción claras y direcciona mejor sus mensajes.

En este sentido, se merman las posibilidades de generar una comunidad profesional valorada, autónoma y concensuada, dificultándose el garantizar a la sociedad que los periodistas otorgarán el servicio que ésta espera de ellos.

■ **Claudia Mellado**
Doctora en Comunicación por la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA). Efectuó su postdoctorado en Indiana University, Estados Unidos. Actualmente trabaja como académica del Departamento de Comunicación Social de la Universidad de Concepción (Chile).

Nota: Las ideas recogidas a lo largo de este artículo forman parte de un libro sobre periodismo latinoamericano que la autora publicará el próximo año.

REFERENCIAS

- DAY, Laurence. (1968): “The Latin American Journalist: A tentative profile”. En: *Journalism Quarterly*, 45 (3), pp. 509-515.
- FELAFACS (2005): *I Reunión técnica 2005 de FELAFACS: La formación de los periodistas en las escuelas de comunicación de América Latina: situación actual, demandas labores y necesidades sociales*. Argentina: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- FERREIRA, Leonardo y TILLSON, Donn (2000): “Sixty – Five Years of Journalism Education in Latin America”. En: *The Florida Communication Journal*, 272, pp. 61-79.
- GARDNER, Mary A. (1985): “Colegiación: Another Way to Control the Press?” En: W. C.

- Soderlund & S. H. Surlin (eds.), *Media in Latin American and the Caribbean: Domestic and International Perspectives*. Ontario: Ontario Cooperative Program in Latin American and Caribbean Studies. pp. 77-94.
- GARRISON, Bruce y GOODSSELL, James Nelson (1996): "Professional News Organizations in Latin America". En: R. Cole (ed.) *Communication in Latin America. Journalism, Mass Media and Society*. Wilmington: Scholarly Resources. pp. 51-63.
- HERNÁNDEZ, María Elena (2004): "La formación universitaria de periodistas en México". En *Comunicación y Sociedad* (Guadalajara), 1 (enero-junio), pp. 100-138.
- HERSCOVITZ, Heloisa (2000): *Journalism as an Occupation in Brazil: What Journalists Working for Leading News Organizations in Sao Paulo Think About Their Profession Compared to American and French Journalists*. Tesis Doctoral. Florida: University of Florida.
- INGLEHART, Ronald; BASAÑEZ, Miguel y MORENO, Alejandro (1998): *Human Values and Beliefs: A Cross-Cultural Sourcebook. Political, Religious, Sexual and Economic Norms in 43 societies: Findings from the 1990-1993 World Values Survey*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- KNUDSON, Jerry (1996): "Licensing Journalists in Latin America: An Appraisal". En: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73 (4), pp. 878-889.
- MCLEOD, Jack y RUSH, Ramona (1969a): "Professionalism of Latin American Journalists Part I". En: *Journalism Quarterly*, 46, pp. 583-590.
- _____ (1969b). "Professionalism of Latin American Journalists Part II". En: *Journalism Quarterly*, 46, pp. 784-789.
- MELLADO, Claudia (2009): "Elementos compartidos por el periodismo en Latinoamérica: Revisión de cinco décadas y propuesta de un modelo de análisis". En: revista *Comunicar* 33 (en prensa).
- MELLADO, Claudia y PARRA, Elizabeth (2008): "Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile". En: *Opción*, 23 (55), pp. 145-167.
- MELLADO, Claudia; BARRÍA, Sergio; ENRÍQUEZ, Jorge y BESOAIN, Felipe (2006): *Balance 2006. Perspectivas profesionales y del mercado periodístico de la Octava Región, Chile*. Concepción: Publicaciones Dirección de Docencia, Universidad de Concepción.
- MENANTEAU-HORTA, Darío (1967): "Professionalism of Journalists in Santiago de Chile". En: *Journalism Quarterly*, 44, pp. 15-23.
- OTANO, Rafael y SUNKEL, Guillermo (2003): "Libertad de los periodistas en los medios". En: revista *Comunicación y Medios*, 14. Revisado el 30 de octubre de 2007 desde: www.icei.uchile.cl/comunicacionymedios/14otanoysunkel.html
- TROTTI, Ricardo (2004): "Título en periodismo y colegiación: exigencias en declinación". En: *Estudios Públicos*, 53, pp. 289-303.
- era el único en el cual un miembro de clase privilegiada podía asumir con la dignidad, por lo que las universidades coordinaron sus planes de estudios y comenzaron a generar profesionales preparados en retórica, lenguas antiguas y literatura –aunque sólo con pequeños conocimientos prácticos. Asimismo, las profesiones fueron y siguen siendo en la región, objetivos para las personas de menos estatus que buscan la aceptación social, por lo cual, quienes no tenían el medio financiero o la preparación para emprender una educación universitaria, podrían esperar establecerse como miembros alfabetizados de la sociedad trabajando en periódicos".
- 2 Paralelamente a los colegios profesionales, tanto a nivel nacional como en el contexto latinoamericano, existen diferentes organizaciones de periodistas las cuales han adquirido un rol importante en la defensa de los aspectos laborales y sindicales de sus miembros, transformándose en instituciones respetadas en sus ámbitos de acción. Un ejemplo de aquello lo representa la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap), creada en 1976.
 - 3 Cuba inició su primer colegio simultáneamente con el establecimiento de la primera escuela de periodismo.
 - 4 Entrevista personal con la autora, académica de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC).
 - 5 La misma FELAFACS destaca que una buena parte de los sindicatos y asociaciones profesionales de periodistas en América Latina han creado sus propias áreas de capacitación y de especialización, tal como ocurre en Venezuela, Honduras, Argentina, El Salvador, Costa Rica o Brasil.

NOTAS

- 1 Tal y como relata Day (1966: 6-7), las estructuras sociales en América Latina han influido fuertemente en el rol del periodista trabajador. "Tradicionalmente, el trabajo de "cuello blanco"



**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. 160,00
(precio de preventa hasta febrero 2010)	
Correo ordinario	Bs.F. 180,00
Suscripción de apoyo	Bs.F. 320,00
Número suelto	Bs.F. 20,00

Para suscripciones desde el extranjero comunicarse con el Centro Gumilla



Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org

UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org

Situación laboral del periodista en Venezuela

La situación laboral del periodista está actualmente supeditada tanto al grado de diversificación y competitividad del mercado laboral, como a las estrategias de los actores principales del país: el Estado, las empresas públicas y privadas y los gremios profesionales. A continuación expondremos los aspectos gremiales y laborales que condicionan su ejercicio profesional en Venezuela.

■ **Lauren Martínez / Carla Szemzo**

GREMIOS Y ORGANIZACIONES SINDICALES

En Venezuela existen distintas organizaciones sindicales y gremiales vinculadas con el ejercicio del periodismo y la labor de los medios de comunicación. Sin embargo, las instituciones de carácter nacional más significativas y con mayor antigüedad en el país son el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTTP) y el Colegio Nacional de Periodistas (CNP).

El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTTP) fue fundado el 11 de marzo de 1946 y actualmente cuenta con más de seis mil afiliados y una presencia directa a través de contratos colectivos, en 10 de los principales diarios de circulación nacional y en tres agencias internacionales de noticias, ubicadas en su mayoría en la capital del país. Entre estos diarios se encuentran: *El Nacional*, *El Universal*, *Líder*, *Últimas Noticias*, *El Mundo*, *Tal Cual*, *The Daily Journal* y *2001*, todos situados en Caracas; y en cuanto a diarios regionales, *El Impulso* y *El Informador*, ubicados en Barquisimeto. En relación a las corresponsalías de las agencias, *APA*, *EFE* y *ANSA* son las que están suscritas a este gremio. De la totalidad de estos contratos colectivos, se benefician más de 800 trabajadores (FIP, 2009).

En el artículo 2 de los estatutos del SNTTP se establece que este gremio tiene por objeto:

(...) el estudio, defensa, desarrollo y protección de los intereses profesionales, económicos, culturales y morales de sus miembros, así como la defensa de las libertades de expresión y de prensa y del derecho a la información, a la sindicalización y de los derechos humanos en general de todos los trabajadores y, en particular, los de las industrias de la información y la comunicación (SNTTP, 2006: 9).

El SNTTP trabaja alineadamente con el Colegio Nacional de Periodistas, actualmente integrado por 16.600 periodistas afiliados. El CNP, según la Ley de Ejercicio del Periodismo, es una corporación de derecho público que tiene como atribuciones el fortalecimiento intelectual, profesional y moral de sus afiliados. La actividad periodística requiere la afiliación obligatoria a este ente. A pesar de tener la facultad legal para negociar colectivamente, esta institución sólo tiene un contrato con el diario *Panorama* del estado Zulia (FIP, 2009).

Aunque estas dos instituciones son las más importantes por el número de periodistas inscritos, sólo representan a una porción de estos profesionales en el país, ya que la gran mayoría de los trabajadores de la prensa y de los medios de comunicación no pertenecen a ninguna organización gremial o sindical. El Sindicato Profesional de Trabajadores de Radio, Cine, TV y afines, fundado en 1946, am-





Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Festigo".



pliado más tarde a teatro, también ha menguado sus actividades y su tasa de afiliación sigue siendo baja, debido a la inestabilidad del sector.

Si bien la Ley de Ejercicio del Periodismo solicita la afiliación de estos profesionales al Colegio Nacional de Periodistas para ejercer la profesión, en Venezuela no existe una limitante legal que impida el ejercicio del derecho de expresión e información. Incluso, un sinnúmero de periodistas ejercen el oficio sin siquiera tener la titulación periodística.

CONDICIONES SALARIALES Y LABORALES DEL PERIODISTA

Según el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa, en Venezuela “la situación laboral de los periodistas es muy precaria por las limitaciones salariales y el escaso disfrute de los demás beneficios laborales” (FIP, 2009: 26). Y aunque el SNTP ha promovido la elaboración del contrato colectivo en los medios de comunicación, esto no es garantía de remuneraciones y beneficios justos a la realidad económica y la creciente inflación del país.

Muestra de esto es la Convención Colectiva de Trabajo suscrita entre el periódico *Últimas Noticias* y el SNTP en el 2008, vigente hasta el 01 de enero de 2010. En su capítulo sexto “Disposiciones referentes a beneficios económicos”, establece un tabulador salarial para el año 2009 que comprende cinco niveles, que va desde un salario de Bs. F. 2.458 para trabajadores de dos a cinco años de experiencia, hasta un salario de 4.203 Bs. F. para trabajadores con 20 años de experiencia (Convención Colectiva de Trabajo, 2008: 28).

“

Según el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa, en Venezuela “la situación laboral de los periodistas es muy precaria por las limitaciones salariales y el escaso disfrute de los demás beneficios laborales” (FIP, 2009: 26). Y aunque el SNTP ha promovido la elaboración del contrato colectivo en los medios de comunicación, esto no es garantía de remuneraciones y beneficios justos a la realidad económica y la creciente inflación del país.

”

Según el informe del Centro de Documentación de Análisis para los Trabajadores (CENDA), la canasta básica de alimentos, bienes y servicios del mes de junio de 2009 tenía un valor de Bs. F. 3.421,15 (www.cenda.org.ve, consultado el 15 de julio de 2009). Por ende, el salario y las remuneraciones de los periodistas y trabajadores amparados por este convenio colectivo escasamente cubren las necesidades básicas de la canasta, con una

capacidad de ahorro casi mínima o inexistente.

El caso de *Últimas Noticias* se repite en casi todos los contratos colectivos y convenios de los medios de comunicación con sus empleados. Por lo tanto, los periodistas tampoco cuentan con un excedente salarial para cubrir gastos adicionales de estudio e investigación. No en vano, un estudio llevado a cabo durante el 2008 por el SNTP, indica que 70% de los periodistas encuestados había cursado únicamente estudios de pregrado (FIP, 2009). Incluso, los periodistas se ven obligados a depender de otras fuentes de ingresos o a trabajar en varios medios de comunicación a la vez.

Específicamente en el sector de los medios de comunicación social oficialistas, la situación salarial es variable pero estos medios tampoco están suscritos a convenios colectivos con el SNTP (G. Salazar, en conversación el 17 de junio de 2009).

Por otra parte, la brecha salarial y de beneficios entre los periodistas que trabajan en las áreas rurales y Caracas es notable. “Trabajar en la capital también hace más posible que los periodistas tengan representación sindical y contratos colectivos” (FIP, 2009: 6).

Un claro ejemplo de los beneficios que brindan los contratos colectivos es el valor del bono vacacional:

El promedio del bono vacacional normalmente es de unos treinta días de pago y lo mismo para el bono de fin de año. En el caso de los contratos colectivos del SNTP, el bono vacacional se eleva a los sesenta días de pago y en cuanto al reparto de utilidades de fin de año oscila entre los 65 días de pago, lo cual pone de relieve las diferencias entre quienes están amparados por el marco de las convenciones colectivas y quienes no lo están (FIP, 2009: 27).

Ante estas marcadas diferencias, todavía existe la interrogante de por qué la totalidad de los medios de comunicación en Venezuela no operan con contratos colectivos. El SNTP señala que esto responde a que en el pasado existió mucha resistencia empresarial y el intento por implantarlos conllevó a conflictos de alto costo empresarial y personal. Por consiguiente, estos antecedentes han inhibido la presentación de nuevos proyectos de contratos colectivos ante el Ministerio del Poder Popular para el Trabajo y Seguridad Social (FIP, 2009).

Si se observan otras cifras de Latinoamérica, los ciberperiodistas también están

Cuadro 1. Tabulador de *Últimas Noticias*

Niveles	Experiencia	Salario Básico Mens. 01/01/2008	Salario Básico Mens. 01/01/2009
Nivel I	De 2 a 5 años de experiencia acreditada	2.015	2.458
Nivel II	De 6 a 10 años de experiencia acreditada	2.340	2.855
Nivel III	De 11 a 15 años de experiencia acreditada	2.795	3.410
Nivel IV	De 16 a 20 años de experiencia acreditada	3.120	3.806
Nivel V	Más de 20 años de experiencia acreditada	3.445	4.203
	Corrector	1.346	1.646

Fuente: Convención Colectiva de Trabajo suscrita entre C.A. *Últimas Noticias* y el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP), 2008.

sujetos a condiciones salariales precarias. “Un 49% gana menos que sus colegas de papel y un 43% igual; por otra parte son vistos por éstos como profesionales de menor nivel” (Aguirre y Bisbal, 2008: 51).

A esto hay que añadir que la incertidumbre del mercado y la inestabilidad política, así como la fuerte presión del Estado sobre los medios de comunicación por razones de carácter ideológico y político, desestimulan la inversión y la expansión de la industria comunicacional. Esto repercute directamente en los costos y ganancias de las empresas y sus empleados, lo que dificulta aún más las mejoras salariales.

Aguirre y Bisbal identifican las siguientes medidas y estrategias de negocio que aplican los medios actualmente en Venezuela para enfrentar esta situación: la fragmentación de las empresas en busca de un adelgazamiento de la empresa matriz, la subcontratación para abaratar costos salariales, el incremento de la precariedad y flexibilidad, el empleo frecuente de contratos temporales y el establecimiento de derechos laborales diferentes entre el personal antiguo y las nuevas incorporaciones, aduciendo cambios tecnológicos (Aguirre y Bisbal, 2008).

Otra medida que están aplicando los medios de comunicación es la incorporación acelerada de pasantes y voluntarios con preparación más corta y deficiente, ya que para los empleadores resulta más barato contratar periodistas a punto de graduarse o recién egresados, que contratar a aquellos con mucha experiencia profesional o con un nivel académico más elevado. Según una investigación realizada por la Federación Internacional de Periodistas (FIP), durante el 2008 en Latinoamérica se requerían más trabajadores jóvenes, estudiantes o profesionales recién salidos de la universidad, para hacer trabajos que anteriormente eran realizados por empleados de carrera y de tiempo completo (FIP, 2009). En este sentido, a pesar de la escasa experiencia laboral y de la posición iniciante que ocupan los pasantes en las organizaciones, en muchas ocasiones éstos terminan haciendo trabajos con exigencias similares a las de sus superiores.

El ejercicio de la profesión local también se ha visto afectado por la facilidad que tienen los medios nacionales tanto públicos como privados, de acceder a productos y contenidos de terceros a nivel global a costos menores, debido a las economías de escala en el mercado internacional (Aguirre y Bisbal, 2008).

Adicionalmente, la disminución en la inversión de las publicidades de los medios de comunicación, el incremento de universidades que incluyen la carrera de Comunicación Social y de institutos técnicos superiores que también preparan a profesionales en el ámbito comunicacional, y la expansión de los medios alternativos, en su conjunto han generado una situación de desempleo y subempleo para el periodista en Venezuela. Es por esto que Aguirre y Bisbal afirman, en términos generales, que “el mercado laboral de los comunicadores está desmejorado respecto del pasado, no solamente por el desempleo y subempleo, sino por las condiciones devaluadas de su ejercicio” (Aguirre y Bisbal, 2008: 51).

■ **Lauren Martínez /Carla Szemzo**
Egresadas de la Escuela de
Comunicación Social de la
Universidad Católica Andrés Bello.

NOTA: Este artículo forma parte de un estudio más extenso, *Perfil profesional del periodista actual según la visión del empleador en Venezuela*. Trabajo de Grado presentado y defendido por las autoras en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB en septiembre de 2009.

REFERENCIAS

Biblio-hemerografía

- AGUIRRE, J. y BISBAL, M. (2008): *Entre Comunicación y Periodismo Imágenes, parábolas, producción de realidades y algo más*. Caracas: UCAB.
- Federación Internacional de Periodistas (2009): *Análisis Regional 2008 basado en encuestas hechas en cinco países: Brasil- Colombia- México- Paraguay- Venezuela*. Caracas: Venezuela.
- Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (2006): *Estatutos*. Caracas: Venezuela.
- Convención Colectiva de trabajo (2008): *Suscrita entre C.A. Últimas Noticias y el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (S.N.T.P)*. Caracas: Venezuela.

Referencias electrónicas

- CENDA (2009): *Home Page*. Recuperado el 15 de julio de 2009, de <http://cenda.org.ve/>.

Entrevistas Personales

- Entrevista realizada a Gregorio Salazar con fecha 17 de junio de 2009.



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

Adiós a la era de los periódicos

Por qué la política norteamericana y la sociedad están a punto de cambiar para mal

Los diarios están en crisis y esto ya nadie lo duda. La dificultad del medio impreso no se debe solamente a lo económico, sino a la aparición de un nuevo soporte de la información que es el Internet.

El ensayo de Paul Starr se propone desentrañar esta crisis y ver cuántos de los grandes diarios sobrevivirán a ella y como lograrán mantenerse en el futuro inmediato. Pero lo que más le preocupa al autor, a partir de la consideración de que la prensa escrita “ha servido como sistema de alarma ciudadana”, es cómo el sistema democrático sabrá sobrellevar esa realidad. La pregunta del autor es acuciante: ¿cuánto se afectará la vida democrática por esta realidad?

■ **Paul Starr**

Traducción:

Jairo Echeverri García,
Coordinador editorial, FNPI¹

I. CRISIS DE LA PRENSA

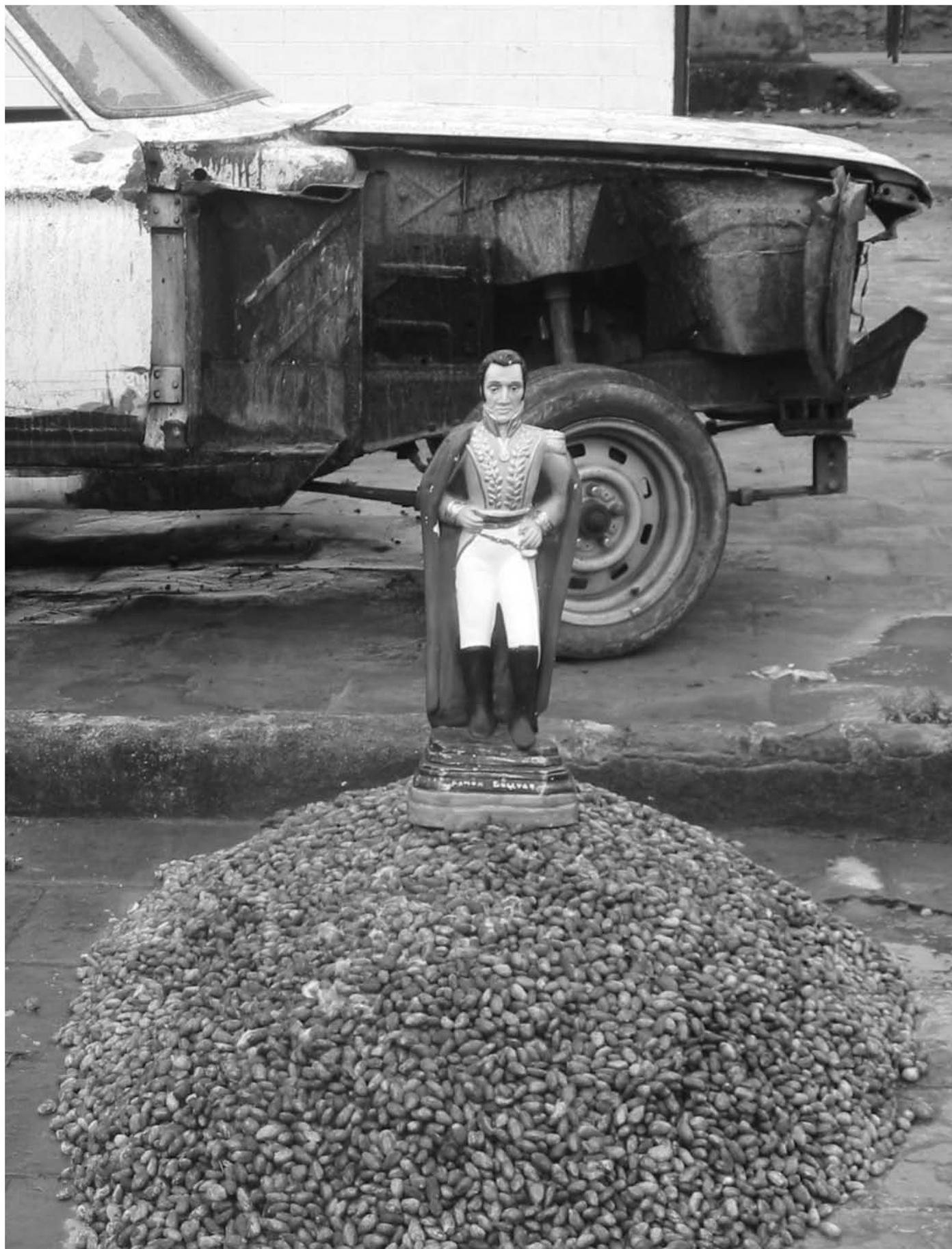
Hemos tomado a la prensa escrita como algo garantizado. Ha sido una parte tan integral de la vida diaria en Norteamérica, tan central en asuntos políticos, la cultura y los negocios, y tan poderosa y rentable por derecho propio, que es fácil olvidar cuán extraordinaria es esta invención histórica.

Los bienes públicos son notoriamente producidos por debajo del nivel de demanda en el mercado, y las noticias son un bien público. Aun así, desde mediados del siglo XIX, la prensa escrita ha producido noticias en abundancia, a un bajo precio para los lectores y sin necesidad de subsidios directos. Más que cualquier otro medio, la prensa escrita ha servido como sistema de alarma ciudadana, además de vigilar al Estado y controlar los abusos privados. Es verdad que en muchas ocasiones no ha realizado esas tareas

tan bien como era debido. Pero hoy lo que está en duda es si en el futuro podrá continuar cumpliendo esas funciones.

Antes de la recesión económica, la industria de la prensa escrita ya afrontaba una amenaza mortal debido al surgimiento de Internet, la caída de la circulación, los ingresos por publicidad y la disminución del hábito de comprar el diario. La recesión ha intensificado estas dificultades, ocasionando una caída en picada de la cual muchos periódicos no se recuperarán y otros se levantarán tan sólo como una sombra de lo que solían ser.

La devastación ya es sustancial. El diario *Los Angeles Times* ha reducido su sala de redacción a la mitad y eso fue antes de que su compañía matriz, *Tribune*, se declarara en bancarrota. Otra empresa agobiada por la deuda, la cadena McClatchy, que incluye *The Sacramento Bee*, *The Miami Herald* y otros 28 diarios, ha despedido un 17% de su fuerza laboral en el



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

último año. Pero las empresas altamente apalancadas no son las únicas reduciendo nómina. En el diario más grande de *New Jersey*, *The Star Ledger*, 45% del personal editorial aceptó negociar su salida cuando el propietario, Advance Publications, amenazó con vender el diario si las metas de recortes no se cumplían.

Los diarios también están disminuyendo el número de páginas, la cobertura de noticias, varios suplementos y la entrega a domicilio de ediciones impresas. Por toda Norteamérica, mientras los ingresos de los diarios caen en picada —a finales de 2008 las ventas de anuncios disminuyeron un 25% comparado con hace tres años— los editores no parecen despojarse de los redactores, reporteros, y las secciones de sus diarios con la suficiente rapidez. Y hay más por venir. De acuerdo al pronóstico de diciembre de Barclays Capital, las ganancias por publicidad disminuirán otro 17% en 2009 y 7.5% más en el 2010. Ni siquiera el *New York Times* escapa de la contracción masiva que se acelera en la industria. Recientemente ha visto caer sus reservas de dinero y se han profundizado sus deudas.

¿Nos debería importar? Algunos observadores, confiados en las bendiciones de la tecnología, se rehúsan a derramar lágrimas por los tradicionales gigantes del periodismo. Se basan en que esos problemas son de su propia creación y tienen poca incidencia en el bien común. Desde ese punto de vista, independientemente de si la prensa escrita logre adaptarse exitosamente al Internet o no, continuarán surgiendo nuevas y mejores fuentes de noticias en la Web y llenarán cualquier vacío que dejen los diarios. Además, hay quienes están tan enfadados con los medios de comunicación tradicionales que toman la miseria económica de la prensa como un merecido castigo. ¡Que sufran los bastardos!

Estas reacciones no tienen en cuenta las realidades inmediatas ni todos los aspectos de la crisis que afectan a la prensa escrita. De ninguna manera es hora de jactarse con el éxito del Internet, hay mucho en riesgo. Casi todos los demás medios de comunicación también se están reduciendo con la excepción de las noticias en línea. Particularmente, en los niveles metropolitanos, regionales y de Estado, el crecimiento *en línea* no compensa el declive en los otros sectores. A pesar del desarrollo de otros medios, lo cierto es que la prensa escrita ha continuado realizando verdadera reportería y produciendo la mayoría de las historias originales.

“

Independientemente de si la prensa escrita logre adaptarse exitosamente al Internet o no, continuarán surgiendo nuevas y mejores fuentes de noticias en la Web y llenarán cualquier vacío que dejen los diarios. Además, hay quienes están tan enfadados con los medios de comunicación tradicionales que toman la miseria económica de la prensa como un merecido castigo. ¡Que sufran los bastardos!

”

Con base en estudios conducidos por el Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, Tom Rosentiel, el director del proyecto, afirma que en 2006 un diario metropolitano típico publicaba 70 noticias diarias contando la sección nacional, local y de negocios (sumando las de deportes y moda serían un total aproximado de 100). Por su parte, media hora de noticias por televisión incluía sólo de 10 a 12 noticias. Mientras la televisión local se enfoca principalmente en el crimen, los incendios y el tráfico, la prensa escrita provee la mayoría de la cobertura original de los asuntos públicos. Estudios acerca del periodismo escrito y televisivo muestran constantemente que las noticias televisivas emulan la agenda de los diarios escritos, muchas veces repitiendo las mismas noticias pero con menor profundidad.

Sin duda en Internet hay abundancia de opiniones, pero hay escasez de reportería y aún menos información sujeta a la rigurosidad investigativa o al escrutinio editorial. A excepción de agregadores de noticias como *Google News*—que enlaza hacia artículos de publicaciones que aún obtienen sus ganancias de los medios impresos— los nuevos portales de noticias en línea más exitosos están dirigidos a audiencias especializadas. Hasta ahora ninguna compañía de Internet ha generado

los ingresos suficientes para realizar un periodismo con historias originales para el público general de la misma forma en que lo hacen los periódicos.

Sería inútil predecir si Internet apoyará al periodismo de interés general de la misma forma en que lo ha hecho la prensa escrita. La realidad es que los recursos del periodismo se están desapareciendo de los viejos medios más rápido de lo que los nuevos medios pueden desarrollarlos. Asimismo, la crisis financiera de la prensa puede agravar su crisis de legitimidad. Ya bajo el feroz ataque tanto de la derecha como de la izquierda por múltiples pecados, reales e imaginados, a la prensa se le hará aún más difícil su trabajo bajo presiones económicas. Mientras la prensa se reduce en tiempos de dificultades económicas, Rosentiel dice, “gran parte de la vida norteamericana quedará en las sombras, nunca sabremos de qué no nos estaremos enterando”.

Uno de los peligros de la reducción en la cobertura de noticias es la disminución de la integridad gubernamental. Decir que la corrupción brota más fácil cuando los que tienen el poder no le temen a quedar expuestos no es una simple especulación. Cada año, el Banco Mundial publica un índice de corrupción política alrededor del planeta basado en encuestas a negociantes de cada país. En un estudio publicado en 2003 en el *The Journal of Law, Economics, and Organization*, Alicia Adsera, Carles Boix y Mark Payne examinaron la relación entre la corrupción y la libre circulación de los diarios impresos por persona (una medida tanto de la circulación de noticias como de la libertad de prensa).

Teniendo en cuenta el desarrollo económico, el tipo de sistema legal y otros factores, encontraron una fuerte relación: entre menos circulación de diarios hay, mayor es el índice de corrupción. Haciendo uso de diferentes medidas, también encontraron una relación similar en los estados dentro de los Estados Unidos: entre menos circulación de noticias hay, más se incrementa la corrupción. Otro análisis publicado en 2006, un reporte histórico de los economistas Matthew Gentzkow, Edward L. Glaeser y Claudia Goldin, sugiere que el desarrollo de una prensa orientada hacia la información puede haber sido un factor en la reducción de la corrupción gubernamental en los Estados Unidos entre la Edad Dorada y la Era Progresista.

Dichos estudios no pueden comprobar una conexión causal o predecir los efectos

de una cobertura de noticias disminuida en el futuro, y hay más motivos de preocupación. Los diarios están recortando oficinas y personal que permite al público supervisar al gobierno así como a las empresas. Algunos incluso han despedido a reporteros veteranos que han sacado a la luz los grandes escándalos. Cuando eran financieramente fuertes, los diarios tenían más capacidad no sólo para invertir en proyectos investigativos a largo plazo, también para encarar la presión política y de las industrias cuando pretendían suprimir noticias desfavorables para ellos. Con todo y sus imperfecciones, los periódicos han sido las principales instituciones que sostienen los valores del periodismo profesional. Es más probable que una prensa con problemas financieros se vea involucrada en problemas éticos.

Mientras el nuevo ambiente digital es más abierto al “periodismo ciudadano” y a la libre expresión de opiniones, también está más abierto a la parcialidad y al periodismo comprado. En Internet no se distingue claramente entre los *blogs* y otros portales financiados para promover un particular punto de vista y los portales de noticias operados independientemente que acatan las reglas de la reportería profesional. Entonces el peligro no es sólo más corrupción del gobierno y las industrias, también más corrupción de parte del periodismo en sí.

II. INTERROGANTES EN LA SOCIEDAD POSTINDUSTRIAL

Estas novedades generan preguntas prácticas para cualquiera interesado en el futuro de la democracia norteamericana. Si las formas habituales que sostenían al periodismo profesional son insuficientes, ¿qué modelos hay para auspiciar las funciones públicas vitales que la prensa ha llevado a cabo tradicionalmente? ¿Cómo caben esas alternativas en el nuevo entorno digital? Para responder a estas preguntas es necesario primero reflexionar. Junto con las demás tecnologías de vanguardia, se suponía que el Internet nos traería una abundancia de información y en muchos aspectos lo ha hecho. Pero si uno de sus efectos es el detrimento de las noticias elaboradas de forma profesional, tal vez necesitamos entender de otra manera el nuevo marco de la sociedad postindustrial.

En los últimos tres siglos la prensa ha sido capaz de desarrollarse y florecer en parte porque sus lectores casi nunca han

“

Teniendo en cuenta el desarrollo económico, el tipo de sistema legal y otros factores, encontraron una fuerte relación: entre menos circulación de diarios hay, mayor es el índice de corrupción. Haciendo uso de diferentes medidas, también encontraron una relación similar en los estados dentro de los Estados Unidos: entre menos circulación de noticias hay, más se incrementa la corrupción.

”

pagado el costo completo de la producción. Desde el siglo XVIII hasta mediados del siglo XIX, muchos diarios eran subsidiados políticamente; directamente por los gobiernos o a través de los partidos políticos. Después, mientras el mercado de consumidores se expandía, los periódicos vendían no sólo las noticias a los lectores, sino también los lectores a los publicistas. Entre más empresas publicitarias adquirían, menos dependiente se volvía de una sola de ellas.

La clave del surgimiento de diarios independientes y poderosos en los Estados Unidos a principios del siglo XIX fue su rol como intermediarios en el mercado, es decir, conectar un gran número de vendedores (anunciantes) con compradores en un área local. Ese rol requería cambios en el contenido, lenguaje y diseño para poder atraer a un público más amplio que incluyera a mujeres, la clase trabajadora y lectores inmigrantes. En vez de estrictamente centrarse en la política y los negocios, la prensa escrita tenía interés en presentar una serie de historias más variadas. El resultado fue la sucesión de innovaciones editoriales en la cobertura de los deportes, la delincuencia, el entretenimiento, la vida en comunidad, y la suma de elementos como entrevistas, *cómics* y columnas de chismes. La cobertura de las

noticias políticas y de negocios también cambió a medida que los diarios presentaban más color, contexto y análisis, en lugar de copiar largos discursos políticos o simplemente narrar eventos. Este cambio se intensificó una vez que la radio y después la televisión se hicieran cargo del negocio de las noticias de última hora.

Aunque el aumento del periodismo radial y televisivo cambió el negocio de los periódicos, no lo acabó porque los diarios mantuvieron sus ventajas locales en el suministro de la información a los lectores, además de continuar conectando a los anunciantes y consumidores en una ciudad. En una industria diversa y altamente competitiva a principios del siglo XIX, los diarios se lograron consolidar a mediados del siglo XX. Aunque muchos diarios desaparecieron, los sobrevivientes se tornaron altamente lucrativos. Nadie ha explicado mejor el hecho de que los periódicos se volvieran tan lucrativos que el inversionista Warren Buffett. En su carta anual a los accionistas de Berkshire Hathaway en 2006, Buffet escribió que “hasta el surgimiento del internet, los diarios habían sido la manera más fácil para generar altos rendimientos en América. Como dijo un no muy brillante editor alguna vez, “Debo mi fortuna a dos grandes instituciones norteamericanas: el monopolio y el nepotismo.” Ningún diario en una ciudad de un solo diario, sin importar la mala calidad del producto o una torpe administración podía evitar ganancias enormes.

Los asombrosos rendimientos de la industria pueden ser explicados de manera simple. Durante gran parte del siglo XX, los diarios eran la principal fuente de información del público norteamericano. Sin importar si el tema era deportes, finanzas o política, los diarios reinaban. Igual de importante era el hecho de que sus anuncios eran la manera más fácil de encontrar oportunidades laborales o de conocer el precio de los productos en el supermercado.

La mayoría de las familias sentían la necesidad de un periódico diario, pero comprensiblemente muchas no deseaban pagar dos. Los anunciantes preferían al diario con más circulación y los lectores optaban por el diario con más anuncios y páginas noticiosas. Este círculo vicioso dio pie a la ley de la selva en la prensa: la supervivencia del más gordo.

Así, cuando dos o más diarios existían en una ciudad importante (que era casi siempre el caso hace un siglo) aquel que iba adelante usualmente surgía como

único ganador. Después de desaparecida la competencia, se incrementaban los precios tanto en los anuncios como en la circulación. Las tasas para los anunciantes y los lectores normalmente aumentaban cada año y las ganancias entraban a dos manos. Para los propietarios esto era un paraíso económico.

Si hay un factor detrás de la actual crisis financiera de la prensa es simplemente que el Internet ha socavado el papel de la prensa escrita como intermediario en el mercado. Los anunciantes no necesitan de las noticias para llegar a los consumidores, y los consumidores tienen otros métodos para enterarse de productos y descuentos. Los periódicos tampoco pueden de ninguna manera duplicar *en línea* el monopolio del que habían venido gozando en décadas recientes como únicos diarios sobrevivientes de su área metropolitana. Por lo tanto, ya no poseen el poder de fijar precios para los anuncios que Buffett describe como “paraíso económico”. Portales como Craigslist o eBay, entre otros, proveen alternativas y ninguno de éstos supone costos de producción de noticias. En efecto, para leer las noticias en Internet, los consumidores no necesitan pagarlas. Los periódicos han sido capaces de ganar dinero por ambas partes, cobrándole a los anunciantes por un público objetivo, y cobrándole al público objetivo mismo. Pero *en línea* hay otras fuentes de noticias tales como portales dirigidos por estaciones de radio y televisión que nunca han cobrado a sus públicos. Entonces para los diarios impresos... ahí se van los ingresos por circulación y anuncios.

Para asegurarse, más portales de noticias en Internet podrían seguir el ejemplo de *The Wall Street Journal* y cobrar por contenidos exclusivos. Pero las fuentes de noticias financieras siempre han podido establecer precios más altos que otros medios de noticias debido al valor que los lectores de negocios encuentran en su información confiable y actualizada. El problema para la mayoría de diarios es que un acceso restringido a sus portales no sólo les costaría ganancias por publicidad, también permitiría que otras organizaciones noticiosas se apoderaran de su rol *en línea*. De cualquier forma, regalando su contenido o limitando el acceso, pueden estar cavando sus propias tumbas.

Las implicaciones de estos acontecimientos para la función pública de los diarios son nefastas. Piense en el diario como una colección de diferentes líneas de negocio representado por sus diversas sec-

“

Como si estas tendencias no fueran lo suficientemente malas, los diarios han estado en medio de una acelerada baja de circulación y lectores. Durante el pasado medio siglo la cantidad de público que le hace seguimiento a las noticias ha caído y la prensa escrita ha recibido un golpe especialmente duro.

”

ciones, desde las páginas de noticias hasta los clasificados. En la medida que los diarios han mantenido una visión de servicio al público, han participado en subvenciones cruzadas, usando sus líneas de negocios rentables —como los clasificados— para pagar por cobertura de noticias que probablemente hubiera sido difícil de justificar desde un punto de vista más estricto de retorno de la inversión.

Especialmente en décadas recientes, cuando los diarios eran máquinas de hacer dinero, a los dueños les alcanzaba para ejercer periodismo de servicio público y algunos hasta lo hacían —otros sólo exprimían sus diarios impresos por todo lo que podían—. La ley de la selva en la prensa de Buffet favorecía una amplia concepción del alcance de los diarios impresos, atenta a una variedad de intereses humanos. Ahora, los incentivos están trabajando en la dirección opuesta, incitando a una visión del papel de la prensa más limitada.

Como si estas tendencias no fueran lo suficientemente malas, los diarios han estado en medio de una acelerada baja de circulación y lectores. Durante el pasado medio siglo la cantidad de público que le hace seguimiento a las noticias ha caído y la prensa escrita ha recibido un golpe especialmente duro. El porcentaje de norteamericanos que compra un diario impreso es la mitad de lo que era en 1945 y el número total de diarios vendidos ha estado decayendo desde mediados de 1980. De

acuerdo a la Oficina de Auditoría de Circulaciones, tras caer cerca del 2% anual, la circulación de la prensa escrita a mediados de 2008 estaba por debajo casi 5% comparado con el año anterior. Un estudio llevado a cabo por el Pew Research Center for People and Press encuentra que de 2006 a 2008 la proporción de norteamericanos que afirmaba haber leído la prensa el día anterior en la versión impresa (o tanto impresas como *en línea*), cayó bruscamente de 38% a 30%. Los lectores que exclusivamente leían Internet no compensaban la diferencia. El público de lectores cayó de 43% a 40%, incluso juntando a los lectores de prensa escrita con los de prensa en Internet.

III. AÚN SE LEE PRENSA

Por supuesto, un medio al cual 40% del público aún dice leer, no debe darse por muerto todavía. La situación es un poco más complicada y hay más esperanza de lo que estas tendencias sugieren. Probablemente la lectura total de noticias originadas en medios de noticias impresas se ha, por lo menos, estabilizado. En Internet muchas personas leen noticias a través de *blogs* u otros sitios que copian artículos de la prensa. Los *aficionados a las noticias* ahora leen más noticias de más diarios que antes de que Internet hiciera tan fácil la reproducción de múltiples publicaciones. Por una parte, muchos diarios están claramente logrando un alcance mayor en Internet. Ahora que están disponibles para lectores alrededor de los Estados Unidos y el mundo, los principales diarios nacionales como *The New York Times* son más leídos que nunca. Aunque no han resuelto como sacar ganancias del aumento de lectores, por lo menos tienen la posibilidad de sobrevivir la transición al Internet.

Al otro extremo de la balanza, algunos diarios de pequeñas comunidades también están relativamente en buen estado principalmente porque los medios de noticias impresas aún derivan ganancias de los anuncios de pequeñas empresas dirigidas a un determinado público local. Los diarios que parecen estar más vulnerables debido a las tendencias actuales son aquellos en la mitad. Diarios metropolitanos que no poseen grandes números de lectores por fuera de sus regiones. Algunos han disminuido la circulación con una asombrosa tasa de 10% en el último año y de acuerdo a un estudio del Shorenstein Center at Harvard's Kennedy School of

Government, el tráfico en muchos de sus portales *en línea* ha sido plano. Sin embargo, con todos sus problemas, la mayoría de diarios impresos continuó generando dinero este último año. En los primeros nueve meses de 2008 los márgenes de beneficio operativo de los medios de noticias impresas eran de 11,5%, de acuerdo con John Morton del *American Journalism Review*. Ha habido un descenso de un máximo de 22,3% en 2002, no obstante las ganancias son respetables.

Algunos críticos de las compañías se preguntan por qué estas no pueden ajustarse a menores ganancias y proseguir normalmente las operaciones. El problema es que es probable que las caídas en circulación y publicidad continúen y si los diarios intentan mantener el tamaño y alcance de sus operaciones, probablemente no sean capaces de tener ningún beneficio, incluso cuando la recesión haya terminado. Tampoco es claro que puedan recortar con suficiente rapidez y profundidad y al mismo tiempo retener suficientes lectores para ser rentables. Poco satisfechos con las respuestas de la industria, en este último año los inversionistas disminuyeron los valores de las acciones de las entidades de prensa más de 80% en promedio. En algunos casos la administración tiene gran parte de la culpa ya que a pesar de los indicios de futuros problemas los diarios continuaron endeudándose fuertemente para llevar a cabo adquisiciones. Ciertamente hay algunos villanos hechos a la medida: el magnate inmobiliario Sam Zell compró y quebró el *Tribune Company* en muy poco tiempo. Pero el colapso se extiende a través de toda la industria y muchos diarios están ahora a la venta a precios muy bajos y sin ningún comprador a la vista.

Entre muchos periodistas e inversionistas, la esperanza de que los periódicos como los hemos conocido puedan realizar la transición a un mundo híbrido de publicaciones impresas y *en línea* ha desaparecido. Del mismo modo que las noticias de cadenas televisivas y revistas semanales, los diarios han estado viviendo de audiencias envejecidas que adquirieron sus hábitos en torno a los medios en décadas recientes. Hace unos años parecía que podrían contar con esos viejos lectores hasta que comenzaran a florecer las ganancias del Internet. Sin embargo, los anuncios *en línea* todavía representan sólo 8% de las ventas por anuncios y su crecimiento se ha estancado justo cuando los ingresos de los diarios caen. El resultado es que los diarios se están reduciendo

“

No puede ser una buena señal que en tiempos en los cuales los intereses en economía y seguridad de Norteamérica están tan intrincados con el resto del mundo, los medios norteamericanos se estén retirando de él.

”

no sólo físicamente o en fuerza laboral, sino también en su dimensión más importante: la misión editorial. La respuesta predominante de la industria frente a las presiones financieras ha sido concentrar los recursos editoriales cerca de casa. En muchos diarios, la cobertura extranjera fue de los primeros elementos en irse: el número de corresponsales de diarios norteamericanos en el extranjero cayó un 30% entre el año 2002 y el 2006. En 2004, un estudio del Pew Project on Excellence in Journalism concluyó que las noticias de primera plana sobre asuntos internacionales representaron “el total más bajo en cualquier año que hayamos estudiado.” En un nuevo estudio del Pew en 2008, basado en una gran encuesta a ejecutivos de noticias, dos tercios dijeron que sus diarios redujeron espacio para la cobertura extranjera en los tres años previos. En ese mismo periodo, *The Philadelphia Inquirer*, *The Baltimore Sun*, y *The Boston Globe* cerraron sus últimas oficinas en el extranjero. Mientras tanto, algunas secciones de cadenas de noticias televisivas también han cerrado oficinas en el extranjero –BS, que antes tenía 24 oficinas en el extranjero ahora tiene 6– disminuyendo aún más el número de fuentes norteamericanas para noticias del exterior.

Algunos dicen no preocuparse. Después de todo, incluso mientras los diarios norteamericanos y cadenas televisivas eliminan corresponsales, el Internet provee fácil acceso a medios de noticias extranjeras como la *BBC* y portales de organi-

zaciones internacionales. Pero disponibilidad no es equivalente a exposición. El lector promedio que puede haberse enterado de eventos internacionales a través de un diario local o las noticias de la noche, probablemente no buscará fuentes de noticias extranjeras en Internet. No puede ser una buena señal que en tiempos en los cuales los intereses en economía y seguridad de Norteamérica están tan intrincados con el resto del mundo, los medios norteamericanos se estén retirando de él.

Diarios alrededor de los Estados Unidos también están descartando su cobertura en Washington. Las oficinas de *Newhouse* y *Copley* se han cerrado, y *Tribune Company* redujo a dos tercios al personal editorial cuando combinó las oficinas en Washington de *Los Angeles Times*, *Chicago Tribune* y sus otros diarios. La compañía Cox Newspapers, que solía tener a 30 reporteros en la capital para *The Atlanta Journal Constitution* y sus otros 16 diarios, cerrará sus oficinas de Washington en abril.

Así como hay otras fuentes para noticias internacionales, también hay otras fuentes de cobertura en Washington. No obstante los periodistas de diarios regionales al monitorear a sus representantes en el Congreso y reportar acerca de programas federales desde un punto de vista local, llevan a cabo un servicio especial para sus lectores. Reporteros en Washington para *The San Diego Union-Tribune* ganaron un Premio Pulitzer en 2006 por exponer la corrupción del Republicano Randall “Duke” Cunningham. Actualmente esa oficina está cerrada. *El rol de vigilancia de la prensa regional está aún más en riesgo a nivel estatal*, donde es improbable que alguien más decida intervenir en el momento en que la prensa haga recortes. Consideren mi estado natal New Jersey. Con 13 reporteros de tiempo completo en Trenton, la capital del estado, el diario Newark’s *Star Ledger* tenía la sede de estado más grande en todo el país. Ese compromiso con los recursos reflejaba la estrategia de consolidación de circulación del diario y cumplía una misión de servicio público. Jim Willse, el editor del diario dijo al *American Journalism Review* en el año 2000: “nos parecía o me parecía a mí que supervisar cómo se gasta el dinero público y cómo los departamentos estaban funcionando era un rol muy importante porque nadie más lo estaba haciendo.” Sin embargo, tras el recorte del 45% del personal el pasado octubre, *The Star Ledger* ya no contaba con 13 repor-

teros en Trenton sino con 4. Varias semanas después la compañía Gannett, que tiene 6 diarios en Nueva Jersey, redujo sus reporteros en capitales de estado de 6 a 2. El *New York Times* ya había eliminado su oficina de 3 personas en Trenton. En total, según la oficina del gobernador, el número de reporteros de tiempo completo en la capital del estado de Nueva Jersey se ha reducido de más de cincuenta a quince en la última década. Esos son muchos ojos menos vigilando a las agencias del estado.

Otros estados han visto la misma tendencia. En los anales de corrupción, Illinois le ha dado fuerte competencia últimamente a Nueva Jersey. De acuerdo con Tom Massey, secretario del Capitol Press Room en Springfield, el número de reporteros en Illinois ha bajado de 32 a 24 en los últimos 3 años. Una encuesta nacional en 2000 contó a 543 reporteros de tiempo completo que cubrían gobiernos estatales. De acuerdo a Capitolbeat, la asociación de reporteros del Capitolio Estatal, para 2007 ese número se había reducido a 407 y será más bajo aún en una encuesta que está actualmente en proceso, Tiffany Shackelford, Directora ejecutiva de Capitolbeat predice: “estoy preparada para lo peor. De los 14 miembros de la Junta 3 han perdido sus trabajos en los últimos 3 meses.” Tampoco es probable que portales de noticias con ánimo de lucro en Internet llenen pronto el vacío de la cobertura en asuntos de interés público en las capitales de estado. La red Politicker de sitios de noticias estatales fue cerrada por su propietario Jared Kushner’s Observer Media Group entre diciembre y enero.

La preocupación en torno a la cobertura en capitales estatales y el recorte de los diarios en general no es únicamente la disminución en número de reporteros, sino también el deterioro de la calidad del periodismo. Entre más recortes hay de puestos editoriales, más se sacrifican los chequeos internos con respecto a la precisión. Mientras reporteros con años de experiencia están siendo despedidos, los diarios pierden el conocimiento local y las relaciones con fuentes confiables que esos reporteros habían construido para exponer noticias importantes. De los reporteros despedidos en *The Star Ledger*, Duns-tan McNichol estaba trabajando en revelar una malversación en la agencia financiera encargada de la construcción de la escuela estatal. También en una escuela de medicina del estado y en la privatización del sistema de inspección de vehículos.

En noviembre hablaba con un grupo de

“

La preocupación en torno a la cobertura en capitales estatales y el recorte de los diarios en general no es únicamente la disminución en número de reporteros, sino también el deterioro de la calidad del periodismo. Entre más recortes hay de puestos editoriales, más se sacrifican los chequeos internos con respecto a la precisión.

”

jueces estatales acerca de las potenciales ramificaciones de la crisis de la prensa y uno de ellos comentó cómo tristemente una reportera de *The Star Ledger* que había cubierto las cortes por dos décadas y logrado un excelente trabajo, había aceptado terminar el contrato. “Sabe dónde están enterrados todos los cuerpos” dijo el juez metafóricamente, aunque en algunos lugares de Nueva Jersey habría que pensarlo dos veces antes de hacer una interpretación literal.

Además de recortar la cobertura extranjera, nacional y del Estado, los diarios también están reduciendo el espacio dedicado a la ciencia y las artes y en efecto despidiendo a reporteros de ciencia y medicina, críticos de música y de libros. Hay un tipo de cobertura que los diarios han tratado de proteger, por lo menos en las primeras fases de los recortes. De acuerdo al estudio realizado a ejecutivos de noticias por Pew Project en 2008, es visible que los diarios han entregado más recursos a las noticias locales. El caso del “hiperlocalismo” como se le conoce, se refiere a que los diarios gozan de ventajas comparativas como fuentes de información acerca de sus comunidades inmediatas.

Pero esa estrategia puede no funcionar comercialmente si significa bajar de categoría en el mercado. Entre menos cobertura del resto del mundo y la vida cultural haya, más lectores pierden entre los relativamente acomodados que tienen esos in-

tereses y menos atractivos se vuelven para los anunciantes. El hiperlocalismo puede ser sólo un pequeño paso del ahuecamiento de las salas de prensa hasta el punto de que la mayoría de los diarios se parezcan más a los tabloides gratuitos distribuidos en los supermercados en lugar de los diarios del pasado.

Los diarios siguen adoptando medidas desesperadas, a pesar de que muchas han resultado contraproducentes y han acelerado sus ciclos de caída. En una movida altamente publicitada, los dos diarios de Detroit que operaban conjuntamente disminuyeron las entregas a domicilio a sólo jueves, viernes y domingos. En los otros cuatro días de la semana, además de estar *en línea* los diarios ahora aparecen en una edición reducida disponible sólo en los puestos de diarios. Esta parece ser una buena forma para empujar a los suscriptores de la prensa hacia el Internet por las noticias. Allí encontrarán alternativas a los diarios locales y tal vez nunca vuelvan. A los anunciantes también se les dará un empujón para que usen otras alternativas. Es posible que otros diarios detengan sus publicaciones en papel y el fin de semana sea el último espacio para la prensa impresa. Tal vez es un indicio el hecho de que *The New York Times* esté promoviendo una suscripción casera sólo para el fin de semana.

Para casi todos los diarios, eliminar las ediciones impresas completamente y aparecer únicamente *en línea* sería un suicidio en este momento. De acuerdo a los cálculos de Rosenstiel del Pew Project, se ahorrarían 40% de sus costos, pero perderían más del 90% de sus ingresos. Como último recurso algunos podrían dejar de publicar en los medios impresos y mantener una presencia básica en Internet. No obstante, por sus fuertes deudas, obligaciones de pensión y otros costos de legado, la mayoría probablemente no puede tomar este paso, a menos que se declaren en bancarrota. Un diario, *The Christian Science Monitor* anunció que retirará su edición impresa diaria y con la excepción de su producto semanal impreso, sólo estará disponible en Internet. *The Monitor* es un caso especial ya que no tiene mercado local y es financiado por la Iglesia.

El cierre de diarios en el siglo XX dejó monopolios ciudad tras ciudad. En algunas áreas metropolitanas todavía hay otros diarios además del principal. Pero es probable que el proceso se repita. En Denver, por ejemplo, se espera que *Rocky Mountain News* cierre esta primavera, y en Seattle, es de esperarse que el *Seattle*

Post-Intelligencer tenga próximamente su publicación final. Los sitios que se desarrollan en Internet probablemente no serán como los *gruesos* diarios metropolitanos que han conglomerado tantos intereses en una sola publicación. Es más probable que una variedad de sitios especializados *en línea* atiendan estos intereses. Si no hay ningún sucesor en línea para el tradicional diario, tal vez los sitios de Internet para la televisión local o estaciones de radio proveerán las noticias generales para la comunidad. Sin embargo, esos portales probablemente no tendrán la cobertura extensiva o el público tan amplio que solía tener la prensa. Es probable que este proceso se repita en ciudades en donde los diarios sobreviven pero ya no pueden operar en su antigua escala o extensión. Muchas de las funciones reunidas en los diarios ahora se están separando *en línea*. Pero si el entorno de medios emergentes favorece al periodismo de nicho, ¿cómo podrá el periodismo de servicio al público alcanzar e influir al amplio público que los diarios han tenido? Las cosas ya no son como antes. Si van a florecer medios noticiosos independientes capaces de hacer rendir cuentas al gobierno, lo tendrán que hacer en el nuevo mundo de las noticias, no el antiguo.

IV. CAMBIOS EN LA ESFERA PÚBLICA

Después de que cientos de industrias “punto.com” cayeron en bancarrota entre el año 2000 y 2002, toda la charla efusiva acerca de la revolución informativa pasó de moda. Pero la transformación social en curso —o hay ninguna duda de que efectivamente hay una en curso— está desintegrando a los viejos monopolios de comunicación y poder y creando nuevas posibilidades para la libre expresión y políticas democráticas. Como en cualquier trastorno, algunos efectos son impredecibles y no todos son positivos. El hecho de que lo bueno y lo malo a menudo están entrelazados es tal vez lo más confuso.

Al incrementar ampliamente las opciones de información y entretenimiento, el Internet ha extendido el proceso que ya había comenzado cuando las compañías de televisión por cable incrementaron el número de canales de televisión. Si el científico político Markus Prior tiene la razón, esa expansión de la elección es responsable en parte por una de las tendencias más preocupantes en la vida norteamericana: atención disminuida hacia las noticias y participación reducida

“

Si el entorno de medios emergentes favorece al periodismo de nicho, ¿cómo podrá el periodismo de servicio al público alcanzar e influir al amplio público que los diarios han tenido? Las cosas ya no son como antes. Si van a florecer medios noticiosos independientes capaces de hacer rendir cuentas al gobierno, lo tendrán que hacer en el nuevo mundo de las noticias, no el antiguo.

”

en la vida cívica entre una parte significativa del público.

Como nos recuerda Prior en su libro *Post-Broadcast Democracy*, en las épocas iniciales de la televisión (y hasta 1970), los tres canales tenían virtualmente a un público cautivo cuando transmitían las noticias de la tarde a la misma hora. Aunque muchas de las personas llegando a casa desde el trabajo hubieran preferido canales de entretenimiento, aprendían algo acerca de política y asuntos mundiales al ver las noticias nacionales con Walter Cronkite o Chet Huntley y David Brinkley. Sin embargo, a medida que se desarrollaron la televisión por cable y eventualmente la satelital, los televidentes tenían más posibilidad de hacer elecciones más acordes con sus preferencias. De acuerdo a Prior, un grupo grande —tal vez 3 de cada 10 televidentes— cambió las noticias por programas de entretenimiento. Un grupo más pequeño —tal vez 1 de cada 10— empezó a ver más noticias y discusiones políticas ahora que tenían acceso a *Fox News*, *CNN* y *MSNBC*. Los datos de Prior muestran que ha habido una gran discrepancia en los conocimientos políticos entre aquellos que abandonaron las noticias y aquellos aficionados a ellas. Además, el carácter del público cambió. Los televidentes que renunciaron a las noticias por el entretenimiento tendían a

tener poca o ninguna relación con los partidos políticos, mientras que los aficionados a las noticias tendían a ser fuertes partidarios —la audiencia de las noticias se ha vuelto más partidaria de lo que solía ser—. Los programas de noticias por cable con fuertes inclinaciones ideológicas han respondido a este cambio y tal vez contribuido a él. El declive de los diarios y el crecimiento de Internet como fuente de noticias pueden tener un impacto parecido. Por una parte, es probable que haya menos aprendizaje incidental entre las personas con bajo interés político. Como los televidentes orientados hacia el entretenimiento que aprendían del mundo por no tener otra alternativa además de sentarse a ver las noticias de los canales nacionales, muchos que han comprado el diario por los deportes, las recetas, las tiras cómicas o los crucigramas han, en todo caso, aprendido algo del mundo al ojear por lo menos la portada. Haciendo un contraste con el Internet, sus usuarios no ven necesariamente lo que sería noticia de primera plana del diario de su ciudad y por eso es probable que estén menos informados acerca de noticias de la política a medida que la lectura de los diarios impresos decae.

Por otra parte, así como más televidentes partidistas tienen más opciones en la televisión por cable que en las cadenas nacionales, también tienen más para leer y discutir *en línea* que en el diario típico local. Como resultado, en la medida en que el Internet reemplaza a los diarios como fuente de noticias, puede sumarle a las tendencias que Prior ha identificado: mayores disparidades de conocimiento entre los que abandonaron las noticias y aquellos aficionados a ellas, así como más polarización ideológica en el público atento a las noticias y los medios noticiosos mismos.

Hay otras perspectivas. Como argumenta Yochai Benkler en su brillante libro *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, la nueva “economía de información en redes” tiene algunas ventajas críticas para realizar valores democráticos. El viejo modelo industrial de los medios masivos requería grandes inversiones de capital y otorgaba, a una relativamente pequeña cantidad de gente, una plataforma para hablar al público. Ahora los menores costos de computadoras y la comunicación han “puesto los recursos materiales de la información y la producción cultural en manos de una fracción significativa de la población mundial. Alrededor de un

millardo (billón) de personas alrededor del globo”. En lugar de limitarse a un papel pasivo, la gente común y corriente puede hablar con los medios de comunicación o eludirlos por completo y entrar en una conversación pública.

Desde el punto de vista de Benkler, la esfera pública también está desarrollando mecanismos para filtrar la información y crear más confiabilidad y relevancia al organizarla en rutas de navegación más fáciles y elevarla a mejores niveles de debate público. Todo esto es contrario a críticos que se han preocupado de que el Internet se convirtiera en una Babel caótica o en un sistema polarizado de “cámaras de eco” (como Cass Sunstein argumentaba en su libro *Republic.com*). A diferencia de los viejos medios masivos, el nuevo entorno digital facilita una acción individual y cooperativa descentralizada, a menudo organizada en forma abierta y voluntaria. Benkler invierte una gran cantidad de esperanza en este tipo de producción colaborativa que ha generado nuevos medios sociales como Wikipedia, que sorprendentemente, a pesar de ser una enciclopedia, también se ha convertido en un importante medio de noticias por lo rápido que es actualizado. Por supuesto, muchas de estas innovaciones son bendiciones mixtas: ahora la gente puede compartir tanto su desinformación como su sabiduría. Las cadenas de correos electrónicos, Twitter y sitios de redes sociales pueden servir para esparcir rumores y malicia a través de canales ocultos de la opinión pública y al margen de las críticas. Benkler tiene la razón acerca de las muchas ganancias importantes por las nuevas tecnologías, pero no balancea adecuadamente las ganancias con respecto a las pérdidas que la economía de redes emergente está trayendo. Entre ellos los problemas que Prior identifica tales como la disminución del porcentaje de la población haciéndole seguimiento a las noticias, y tal vez más importante aún, el daño a las instituciones del periodismo profesional.

Hasta hace poco el Internet parecía ser primordialmente aditivo, agrandando las oportunidades para la auto expresión y el debate público. Al mismo tiempo los diarios y otros viejos medios continuaron llevando a cabo sus antiguas funciones como financiar la gran cantidad de reportajes originales para el público. La hipótesis de una complementariedad feliz se acabó. Al suspender el rol de los diarios como intermediarios en el mercado local, el Internet ha socavado los fundamentos económicos de la prensa. No hay duda de que esto es

“

Antes de que fuera creada Wikipedia, nadie supuso que funcionaría tan bien como lo ha hecho. No obstante, tiene limitaciones severas como fuente de información. Sus entradas, incluyendo noticias, están re-escritas de otras fuentes y no pretende ofrecer investigaciones o reportajes originales. Las blogósferas y agregadores de noticias también son altamente parasitarias: se alimentan de los medios noticiosos convencionales.

”

una ganancia en eficiencia porque los anunciantes ya no tienen que pagar precios de monopolio a los diarios. Ahora pueden usar alternativas más baratas como anuncios gratis en *Craigslist*. Pero también hay un costo para los valores democráticos. Mientras los diarios pierden su habilidad de llevar a cabo subvenciones cruzadas para el periodismo de servicio público, los exuberantes beneficios que les permitían producir noticias como un bien público están desapareciendo.

Las noticias distribuidas a las audiencias son un bien público en dos aspectos. En primer lugar, desde un punto de vista político, las noticias contribuyen al buen funcionamiento de la sociedad en la medida que posibilitan al público controlar el desempeño del gobierno y otras instituciones. En segundo lugar, las noticias son un bien público desde el sentido en el cual los economistas usan ese concepto. Cuando alguien consume una caja de chocolates, nadie más la puede consumir, pero no es lo mismo con las noticias. Las noticias en realidad nunca se “consumen” y es por eso que cualquiera puede pasar las noticias a aquellos que no han pagado por ellas. En el entorno digital, la información es pasada tan fácil e instantáneamente que las noticias son, de una forma u otra, hoy más

que nunca, un bien público. Los derechos de autor protegen sólo la forma de expresión, no la información en sí.

Los mercados producen los bienes públicos por debajo de los niveles de demanda porque los incentivos privados no alcanzan para producir la misma cantidad de bienes que habría si los usuarios pudieran pagar el costo real de esos bienes. Sin embargo, por mucho tiempo y gracias en gran parte a su rol como intermediarios en el mercado, los diarios han sido capaces de producir este bien público particular—información confiable, necesaria para hacer exigir la responsabilidad del gobierno— sobre una base comercial. Sin embargo, esa forma de evadir el problema de financiar las noticias para el público está llegando a su fin.

Las redes colaborativas del Internet que celebra Benkler representan una manera alternativa de producir información como un bien público. Antes de que fuera creada Wikipedia, nadie supuso que funcionaría tan bien como lo ha hecho. No obstante, tiene limitaciones severas como fuente de información. Sus entradas, incluyendo noticias, están re-escritas de otras fuentes y no pretende ofrecer investigaciones o reportajes originales. Las blogósferas y agregadores de noticias también son altamente parasitarias: se alimentan de los medios noticiosos convencionales.

Los periodistas ciudadanos contribuyen con reportes de las escenas de eventos remotos, pero estos reportes sólo pueden ser la propaganda de partes interesadas. Las redes voluntarias no pueden duplicar fácilmente ciertas ventajas críticas que los medios ejecutados profesionalmente y a gran escala han tenido; por ejemplo, los recursos financieros para invertir en reporteros y editores entrenados, asignarlos a áreas de especialización y largos proyectos, y un sistema bien establecido de normas profesionales que han sido fuente de motivación concienzuda y moderación en el reportaje de las noticias. Los nuevos medios sociales aportan valor cuando son un suplemento del periodismo profesional. En la medida que lo usurpe, el frenesí del rumor y la malicia será más difícil de controlar.

Hace aproximadamente un siglo en su libro *Liberty and the News*, Walter Lippman escribió: “La noticia del día mientras llega a la oficina de prensa es una increíble mezcla de hechos, propaganda, rumores, sospechas, indicios, esperanzas y temores. La tarea de seleccionar y ordenar esas noticias es uno de los oficios verda-

deramente sagrados en una democracia. Los diarios son la Biblia de la democracia con toda literalidad, el libro por el cual las personas determinan su conducta. Es el único libro serio que la mayoría de las personas lee y el único que leen cada día.” Por supuesto, los días en los cuales cualquiera hubiera afirmado que los diarios son la Biblia de la democracia o que sus editores cumplen un papel sacerdotal se han desvanecido. Pero el trabajo de separar los hechos de los rumores permanece igual de vital que siempre. Aunque el periodismo pueda estar perdiendo sus fundamentos económicos, no ha perdido su razón de ser.

V. PERIODISMO DE SERVICIO PÚBLICO

Esto nos lleva una vez más al problema central. Si los diarios ya no son capaces de llevar a cabo subsidios cruzados para el periodismo de servicio público y si las formas de colaboración descentralizadas ya no pueden proveer un sustituto adecuado, ¿cómo van a pagar ese trabajo? La respuesta, en la medida que haya una, es que necesitaremos mucha más ayuda filantrópica de la que jamás hayamos tenido en los Estados Unidos para el periodismo.

Cuando una sociedad requiere de bienes públicos, la solución a menudo es usar al gobierno para subsidiarlos o producirlos directamente. Pero si queremos a una prensa escrita que sea independiente del control político, no podemos permitir que el gobierno patrocine o saque de apuros a diarios específicos. A finales de los siglos XVIII y XIX, además de usar contratos para subvencionar a partidos políticos favorecidos, el gobierno federal apoyaba a la prensa sin ataduras de contenido —a través de tasas postales baratas disponibles para todos los diarios—. Desde 1960 los gobiernos federales y estatales han contribuido a la radiodifusión pública, lo que ha convertido a la televisión y las estaciones de radio públicas en importantes fuentes de noticias.

Las estaciones de radio públicas han sido un especial éxito. En un periodo en el cual las estaciones de radio comerciales han abandonado todo menos las noticias titulares, la Radio Pública Nacional se ha convertido en el último refugio del reportaje original existente. Charles Lewis, un estudioso del reportaje investigativo apuntó en *el Columbia Journalism Review* que las estaciones de radio públicas, a pesar de su trabajo excelente, no han realizado muchas noticias investigativas. La dependencia de muchas estaciones lo-

“

Antes de detener la imprenta por última vez, los dueños de algunos de los diarios decadentes pueden tratar de convertirlos en organizaciones sin ánimo de lucro con la esperanza de generar contribuciones para mantenerlos operando. No me sorprendería si algunos diarios tienen un núcleo de lectores devotos que estarían dispuestos a dar más en contribuciones deducibles de impuestos de lo que actualmente pagan en suscripciones.

”

cales de la financiación del gobierno estatal las vuelve vulnerables a las presiones políticas y es improbable que llenen el vacío dejado por la reducción en la cobertura de los estados realizado por los diarios. Prácticamente cualquier petición por parte de la prensa para subsidios gubernamentales fracasaría hoy por estos motivos: la financiación por el gobierno federal o los estados es susceptible a la manipulación política. En otros lugares los gobiernos están subsidiando a la prensa. En un esfuerzo para apoyar a los diarios en Francia, el presidente Nicolás Sarkozy anunció recientemente un programa basado en otorgarles a individuos de 18 años un año entero de suscripción gratis al diario de su escogencia. En los Estados Unidos esto sería considerado un chiste, aunque dependiendo de cuantos adolescentes escogieran uno de nuestros diarios amarillistas, podría dar un significado agregado al concepto “paquete de estímulo.”

El otro medio estándar para apoyar la producción de bienes públicos es a través de organizaciones privadas sin ánimo de lucro. De hecho, el apoyo al periodismo por parte de organizaciones sin ánimo de lucro ha aumentado. Pero muchas de las discusiones en torno al periodismo sin ánimo de lucro no han reconocido que

puede significar por lo menos tres cosas diferentes. La primera, aunque no necesariamente la más relevante, es la conversión de los diarios de comerciales a “en ánimo de lucro” como forma de preservar su rol de servicio público. El *St. Petersburg Times* de Florida, de la cual es propietario el Poynter Institute, una escuela de periodismo, es a menudo citado como un modelo de este enfoque. De hecho el mismo *Times* ha sido manejado con ganancias que han sido usadas para convertir al Poynter Institute en un centro importante para el entrenamiento en periodismo.

No obstante, hoy la cuestión no gira en torno a si se usan los lucrativos diarios para apoyar a la filantropía, sino si las organizaciones sin ánimo de lucro pueden sostener a los diarios que pierden dinero. El *Guardian Media Group*, cuyo propietario es el Fondo de Inversiones Scott, se acerca más a las demandas actuales. El fondo usa las ganancias de sus filiales lucrativas para asegurar la supervivencia del diario *Guardian*, que ha perdido dinero en los años recientes. Pero el modelo de *Guardian* depende de tener filiales lucrativas para compensar las pérdidas de un diario.

Antes de detener la imprenta por última vez, los dueños de algunos de los diarios decadentes pueden tratar de convertirlos en organizaciones sin ánimo de lucro con la esperanza de generar contribuciones para mantenerlos operando. No me sorprendería si algunos diarios tienen un núcleo de lectores devotos que estarían dispuestos a dar más en contribuciones deducibles de impuestos de lo que actualmente pagan en suscripciones. Sin embargo ningún diario ha probado si esta opción puede generar suficiente dinero para continuar en el negocio. Además de la operación sin ánimo de lucro de un diario, un segundo enfoque es el apoyo caritativo a ciertos tipos de periodismo, disponibles a través de múltiples puntos, sean comerciales o sin ánimo de lucro. El mejor ejemplo de esta solución es ProPublica que se describe a sí misma como “una sala de prensa independiente, sin ánimo de lucro, que produce periodismo investigativo con base en el interés del público. Publicando *en línea* desde junio pasado, ProPublica también trabaja en sociedad con diarios como el *New York Times* para algunas noticias. Las sociedades permiten a los diarios rebajar los costos de las noticias investigativas, y le otorgan a ProPublica acceso a la distribución masiva como también controles de calidad.

De manera similar, la Kaiser Family Foundation, que se enfoca en políticas de salud, anunció el otoño pasado que comenzaría a emplear a reporteros directamente para crear un servicio de noticias sobre políticas de salud. De acuerdo a Drew Altman, el presidente de la fundación, además de hacer disponibles gratuitamente algunas noticias *en línea* y para los diarios, el servicio noticioso establecerá sociedades con los diarios para noticias específicas y los diarios tendrán el derecho de la primicia sobre éstas. Otras fundaciones que se enfocan en áreas de políticas específicas pueden seguir este enfoque como una manera de promover la sensibilización pública de sus preocupaciones.

Tanto la operación de diarios sin ánimo de lucro y la ayuda filantrópica de tipos particulares de reportajes tienen como objetivo el fomento de formas de periodismo de servicio público que de otra manera estarían amenazadas. Financiar nuevos modelos de periodismo en el entorno *online* es incluso un tercer uso de las organizaciones sin ánimo de lucro. Un buen ejemplo de esta propuesta es el Center for Independent Media, que de acuerdo a su director David Bennahum, recibe alrededor de USD \$4 millones por parte de 70 financiadores para apoyar sitios de noticias políticas *en línea* en cinco estados, así como uno para noticias nacionales con *The Washington Independent*. Bennahum afirma que “la voz narrativa utilizada por los diarios no es lo que los lectores (de Internet) quieren” y que los sitios que su centro financia están haciendo en su lugar un tipo de periodismo que invita a los lectores al diálogo.

La noción de que el medio digital requiere una relación más inclusiva con “las personas antiguamente llamadas audiencias” es un tema común entre periodistas de Internet. Joshua Micah Marshall, el fundador de TalkingPointsMemo.com, que opera sobre una base comercial, dice que muchas de las historias en su sitio surgen a partir de ideas y sugerencias suministradas por lectores en miles de correos electrónicos diarios.

Cualquier actividad de noticias implica que haya información fluyendo, una publicación *en línea* puede abrir este proceso de manera productiva a cualquiera que sea capaz y esté dispuesto a ayudar. Las noticias se desarrollan en Internet de manera incrementada, a menudo a través de la participación en una red colaborativa, en lugar de ser escritas entre bastidores y publicadas sólo después de ser revi-

“

Tanto la operación de diarios sin ánimo de lucro y la ayuda filantrópica de tipos particulares de reportajes tienen como objetivo el fomento de formas de periodismo de servicio público que de otra manera estarían amenazadas. Financiar nuevos modelos de periodismo en el entorno *online* es incluso un tercer uso de las organizaciones sin ánimo de lucro.

”

sadas y terminadas. Esto es completamente diferente al “periodismo ciudadano” y tiene el potencial de tener la misma rigurosidad que las prácticas periodísticas tradicionales.

En ciudades alrededor del país, los periodistas experimentan con una variedad de estrategias para construir sitios de noticias únicamente en Internet para compensar la disminución de las salas de redacción en los diarios locales. MinnPost.com en Minneapolis y Saint Paul, la más substancial de estas empresas, espera atraer a un amplio rango de lectores y patrocinadores con una cobertura de noticias de alcance relativamente extenso de acuerdo a su director ejecutivo y editor Joel Kramer. Pero su presupuesto anual de USD \$1.3 millones, no puede soportar una operación con la escala de un diario metropolitano; con sólo 7 empleados de tiempo completo, MinnPost.com depende principalmente de trabajadores independientes, muchos de ellos periodistas que se han retirado del *Pioneer Press* de Saint Paul o del *Star Tribune* de Minneapolis (que en noviembre presentó una petición de protección por bancarrota a pesar de haber recortado su personal editorial un 25%). VoiceofSanDiego.org, otro sitio noticioso metropolitano *en línea* sin ánimo de lucro, se desarrolló como respuesta a escándalos en la ciudad y tiene no-

ticias investigativas especializadas. Como las estaciones de radio públicas, estas empresas recaudan fondos a través de contribuciones de membresías individuales y subvenciones de fundaciones locales, aunque no del gobierno.

Dudosos de poder lograr alguna vez la escala de los grandes diarios metropolitanos, Rosentiel compara a los sitios noticiosos a nivel de ciudad *en línea* con las revistas agresivas también a nivel de ciudad. Si una de las preocupaciones primarias gira en torno a que el gobierno continúe rindiendo cuentas, ese tipo de reportaje agresivo es ciertamente una función valiosa y digna de apoyo. Pero debido a su base económica más limitada, es probable que los sitios noticiosos sin ánimo de lucro no sean capaces de ofrecer la cobertura o ejercer la influencia de un diario leído por la mitad de las personas de una ciudad.

Los grandes diarios metropolitanos no emergieron sólo porque las ciudades necesitaban de los diarios para informar a los ciudadanos; después de todo, las ciudades necesitaban de muchas cosas que nunca se desarrollaron. Los diarios prosperaron al nivel metropolitano porque su rol como intermediarios en el mercado les permitía generar publicidad sustancial, así como ingresos por circulación, haciendo que en efecto se tornaran fuertes e independientes. Sitios noticiosos sin ánimo de lucro que carecen de una fuerte base de publicidad dependen de donantes para su supervivencia y se encuentran en riesgo de ser destruidos por tan sólo una demanda. Por lo tanto, es improbable que igualen al poder tradicional de la prensa.

Muchos han estado esperando que los sucesores de los diarios surjan en Internet. Pero puede que no haya ningún sucesor, por lo menos ninguno como los diarios que hemos conocido. El diario metropolitano puede ser una invención histórica peculiar cuya época está caducando. Podríamos estarnos acercando no al final de los diarios, pero al final de la era de los diarios. La larga fase en la historia en la cual los diarios publicaban en ciudades principales alrededor de los Estados Unidos ha sido central tanto para la producción de noticias como para la vida misma de sus regiones metropolitanas.

Los diarios metropolitanos han dominado la recolección de noticias, han establecido la agenda pública, servido como el punto focal de la controversia y se presentaban convincentemente como reflejo y voz de las ciudades cuyos nombres portaban. Han intentado ser la fuente de no-



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

ticias de todos, atrayendo a través del espectro ideológico y, para ser detallado, otorgándoles a sus lectores todo aquello que fuera de su diario interés. Algunos diarios, un número menor que el existente actualmente, sobrevivirán la transición al Internet pero probablemente no tendrán la centralidad, esfera de acción o la voz de autoridad, mucho menos los monopolios sobre la publicidad metropolitana que los periódicos han tenido. Es probable que si los medios noticiosos emergen en el entorno digital estarán más concentrados en algunos aspectos y más fragmentados en otros. El número de lectores ya se está concentrando en una prensa nacional. Diarios como *The New York Times*, *The Wall Street Journal* y *The Washington Post* parecen bien posicionados para capitalizar el abandono de los diarios regionales con respecto a la cobertura internacional, nacional y cultural. El probable cierre de algunos diarios, o su transformación de diarios a semanarios, seguramente intensificará este cambio. En Europa, la prensa ha sido dominada por los diarios nacionales hace mucho tiempo; ahora los diarios norteamericanos se están moviendo en esa dirección.

Otra forma probable de concentración de los medios noticiosos no tiene precedente ni paralelo. En Internet, las viejas divisiones entre tipos de medios se están desmoronando. En lugar de sólo ofrecer texto, los diarios han comenzado a proveer audio y video. Por otro lado, a pesar

de las regulaciones federales que limitan la inversión en diferentes tipos de medios masivos en un mercado, parece cuestión de tiempo antes de que haya combinaciones entre los diarios y las divisiones de noticias de las redes y estaciones de radiodifusión. Aunque llamemos a algunas de estas combinaciones "diarios", en realidad serán una especie completamente diferente.

No obstante, es plausible que los medios noticiosos emergentes también se tornen más fragmentados debido al interés y al partidismo. Así como la prensa nacional en países europeos está dividida típicamente a lo largo de líneas ideológicas, también nuestros medios nacionales emergentes están adoptando perfiles ideológicos distintos. Como muchas de las funciones tradicionales de los diarios se están transfiriendo a sitios especializados, más de las noticias que leemos serán producto de redes descentralizadas en lugar de organizaciones únicas a gran escala.

Para aquellos con las habilidades y el interés de sacar ventaja de este nuevo mundo de noticias, debe haber mucho con lo que complacerse. En vez de limitarse a un diario local, los lectores ya disfrutan del acceso a un rango, más amplio que nunca, de publicaciones y discusiones. Pero sin un diario local o incluso con uno reducido, muchas personas aprenderán menos acerca de lo que sucede en el mundo. Actualmente, además, ninguna fuente en cualquier medio parece estar dispuesta

ni ser capaz de pagar por el periodismo de interés general que los diarios están abandonando. La filantropía puede ayudar a compensar algunos de estos recortes, pero es improbable que contrarreste totalmente lo que se está perdiendo.

La cobertura de noticias no es lo único que los diarios nos han brindado, también le han dado al público un poderoso medio de influencia sobre el Estado que ahora está en riesgo. Si tomamos en serio la noción de los diarios como un cuarto Estado o una cuarta rama del gobierno, el fin de la era de los periódicos implica un cambio en nuestro sistema político mismo.

Los diarios han ayudado a controlar las tendencias corruptas tanto en el gobierno como en los negocios. Si hemos de evadir una nueva era de la corrupción, tendremos que evocar a ese poder de otras maneras. Nuestras nuevas tecnologías no retiran nuestras viejas responsabilidades.

■ **Paul Starr**
Profesor de comunicaciones y asuntos públicos en el Woodrow Wilson School en la Universidad de Princeton. Su más reciente libro se titula *Freedom's Power* (Editorial Basic Books).

(1) La FNPI presenta este ensayo del profesor Paul Starr, originalmente publicado en la revista *The New Republic* el 4 de marzo de 2009. Gracias a la autorización de su autor, ofrece la versión en español de este análisis sobre la actualidad de la prensa norteamericana

Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".



Ante la reforma de la Ley de Ejercicio del Periodismo

No está en la agenda, pero sí en el ambiente. La reforma a la Ley de Ejercicio del Periodismo está siendo trabajada en la Asamblea Nacional y el chavismo se apertrecha para un debate en el que pujará por incluir a los medios comunitarios, revisar la formación profesional de los comunicadores sociales y evaluar a las organizaciones gremiales.

De acuerdo con el programa básico legislativo de 2009, presentado el martes 10 de marzo, la Comisión de Ciencia, Tecnología y Comunicación Social este año sólo impulsará la aprobación de la Ley de Infogobierno. Sin embargo, la presidenta de la AN, Cilia Flores, declaró ese día que también avanzan con las modificaciones de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, y la Ley de Ejercicio del Periodismo. “Pero no son prioridad”, acotó.

El jefe de la mencionada instancia legislativa, Manuel Villalba (PSUV-Monagas), descartó el viernes 6 de marzo que pretendan redactar un instrumento para regular o restringir la labor de los medios de comunicación. “En ningún momento se plantea eso, no creemos ni ha sido práctica de esta AN ni del Gobierno tomar decisiones que tengan que ver con la limitación a la libertad de información”, remarcó. Con esas expresiones Villalba quería aclarar la interpretación dada a unas palabras suyas, publicadas en la página web del Parlamento el miércoles 4 de marzo. El boletín oficial reflejaba que, luego de acusar a la prensa de *desvirtuar la realidad* y generar *caos y confusión* en la colectividad, el asambleísta tronó: “Ante esta imperiosa necesidad vamos a legislar, el 80% de la información que ofrecen los medios privados son contra el gobierno bolivariano. Además, el pueblo está pidiendo que se castigue esta situa-

ción, que ya basta de tanta impunidad mediática”. Tras repetir que “en ningún momento se ha planteado la creación de una ley que signifique cercenar los medios de comunicación”, el pesuvista intentó precisar el sentido de su discurso: “Lo que señalamos es que tiene que haber un periodismo ajustado a la verdad, que informe la verdad”.

CONTRA EL MONOPOLIO Y LA MENTIRA

Las diputadas Desirée Santos Amaral (PSUV-Caracas) y Rosario Pacheco (PSUV-Nueva Esparta), periodistas e integrantes de la Comisión de Ciencia, Tecnología y Comunicación Social, puntualizan que en este momento lo que proponen es un debate abierto y plural sobre la posible reforma de la norma publicada en *Gaceta Oficial* el 31 de marzo de 1995. “Para nosotros es de vital importancia proyectar el ejercicio del periodismo en este proceso de transformación. Cómo deberíamos orientar una ley que pueda adaptarse a esa nueva realidad, cuando no hemos podido romper con los monopolios mediáticos”, señala Pacheco. La parlamentaria neoespartana recuerda que la Constitución “prohíbe los monopolios y aquí cada vez están más potenciados los monopolios mediáticos, sobre todo en la radio”.

Rosario Pacheco cree que la colegiación “debe mantenerse, sin dejar de lado la comunicación popular, que debe tener sus normas”. El artículo 2 de la ley vigente establece que para ejercer la profesión hay que “estar inscrito en el Colegio Nacional de Periodistas (CNP)”. A su juicio, necesitan legislar para fortalecer a los medios alternativos. “La comunicación es

El tema está en la opinión pública del país, al menos entre los comunicadores y los centros de enseñanza de la profesión. Algunos personeros del Gobierno lo han anunciado; es decir, se requiere –según sus palabras– revisar qué tipo de formación profesional están recibiendo los futuros comunicadores, ver si está acorde con la nueva realidad política del país, incluso han apuntado que el gremio periodístico también debe ser revisado en cuanto organización gremial.

■ **Pedro Pablo Peñaloza**

un derecho humano y, por tanto, no puede ser secuestrada como hasta ahora por intereses económicos de los monopolios mediáticos, que utilizan como piezas fundamentales a los periodistas”, define.

Santos Amaral sostiene que la Ley de Ejercicio del Periodismo “no responde a la Constitución de la República Bolivariana”. La asambleísta considera que cualquier reforma debe pasar por el tamiz de la Carta Magna. “El derecho a réplica existe en la ley, pero antes no se cumplía. La información veraz y oportuna está medianamente explícita en la ley. Tiene que procurarse que el debate surja en función de mejorar el acceso de todos a la información, el derecho de todos a tener opinión e información en los medios”, apostilla. La ex secretaria general del CNP de Caracas opina que la colegiación debe discutirse. “Quiénes deben integrar el CNP, al servicio de qué está el CNP. Todos tenemos derecho a militar en el gremio que queramos”, apunta Santos Amaral, tras resaltar que las actuales directivas del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP) y el CNP “no han respondido a las expectativas de sus agremiados”. Como Pacheco, reivindica a los medios comunitarios y alternativos. “Han cumplido mejor con el derecho del pueblo a estar informado oportuna y verazmente”, subraya la pesuvista. Santos Amaral observa que “si hoy se aplicara la Ley de Ejercicio del Periodismo con rigor, habría muchos que no estarían ejerciendo. Cualquiera de nosotros no podría ir a un programa conducido por una persona que no es periodista”. También coinciden en la necesidad de revisar la formación que imparten las universidades y niegan que se utilice una eventual reforma legal como un arma para la *guerra mediática*. “Debe volver el equilibrio, un periodismo crítico, pero honesto. Lo que no se puede permitir es que difamen, descontextualicen y produzcan mentiras”, añade Santos Amaral.

En declaraciones ofrecidas a *Venezolana de Televisión* y recogidas por la

“

“Quiénes deben integrar el CNP, al servicio de qué está el CNP. Todos tenemos derecho a militar en el gremio que queramos”, apunta Santos Amaral, tras resaltar que las actuales directivas del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP) y el CNP “no han respondido a las expectativas de sus agremiados”.

”

Agencia Bolivariana de Noticias antes de que se acordara el programa básico legislativo de 2009, la diputada Iris Varela (PSUV-Táchira) comentó que existía una propuesta en la AN para convertir el Código de Ética del Periodista en una “ley nacional”. Sin embargo, Pacheco y Santos Amaral no comparten la idea expuesta por Varela. “No, esa es la norma moral que asume quien está dentro de una profesión, no debe ser una ley nacional”, responde tajante la representante de Margarita.

PUERTAS ABIERTAS

El chavismo ha iniciado la construcción del Consejo Nacional de Comunicadoras y Comunicadores Socialistas, con un taller que se desarrolló en el Teatro Teresa Carreño. Allí constituyeron un equipo de trabajo para analizar la modificación de la

Ley de Ejercicio del Periodismo. “La ley cumplió un ciclo muy importante en defensa de la libertad de expresión y, especialmente, contra el ejercicio ilegal”, expresa Martín Pacheco, miembro del Consejo y jefe de prensa de la Cancillería. Pacheco manifiesta que “la ley es necesaria, tiene que amparar a los periodistas profesionales, pero hay que estudiar la nueva realidad comunicacional, con los medios alternativos”. En ese sentido, estima conveniente revisar el artículo 2 de la norma, que reza: “Para el ejercicio de la profesión de periodista se requiere poseer el título de licenciado en Periodismo, licenciado en Comunicación Social o título equivalente (...)”. “Podemos tomar parte del Código de Ética para que quede allí plasmado, como una obligación de los periodistas, hacer un trabajo serio, responsable, veraz y objetivo”, esboza.

Los comunicadores del PSUV incluyen en sus análisis el desempeño de las casas de estudio del país. “Sobre la formación que deben tener los nuevos periodistas, insistimos en la necesidad de que sea un periodismo más objetivo, menos sesgado, con más ética profesional”, ilustra el veterano reportero. El presidente Hugo Chávez ha dicho que si no fuera por las mentiras que difunden los medios, 8 de cada 10 venezolanos respaldarían su gestión”.

¿Apostarían por una legislación que enfrente esa campaña mediática?

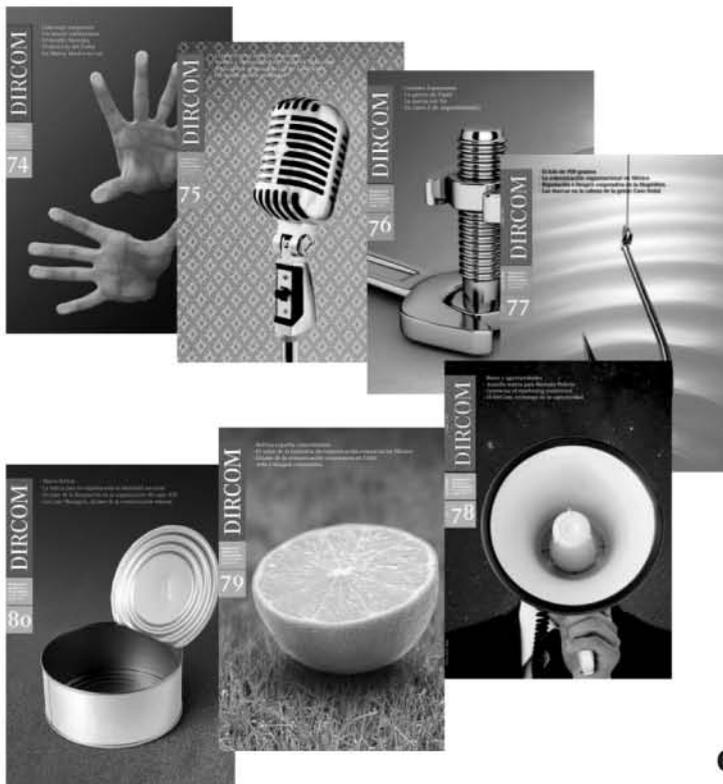
“Ese es uno de los elementos importantes dentro de lo que vamos a sugerir. Creemos que tenemos que enfrentar esa campaña mediática y vamos a dar la pelea a los diferentes centros comunicacionales que permanentemente tergiversan, manipulan y sesgan la información”, contesta Pacheco.

■ **Pedro Pablo Peñaloza**
Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Periodista del diario *El Universal*.

DIRCOM

Pasión por la
gestión y la
comunicación
en Iberoamérica
desde 1999

La revista iberoamericana de la
Comunicación Corporativa, la Publicidad,
el Mercadeo, las Relaciones Públicas y
la Gestión Empresarial, está en Venezuela.



Artículos, reportajes, análisis, casos,
reseñas, eventos y todo lo que debes
saber del mundo de la comunicación, lo
encuentras en esta publicación bimestral.

www.RevistaDIRCOM.com / www.DIRCOMsocial.com

Búscala en los mejores establecimientos de Venezuela

Un producto editorial de:



www.AntezanaCC.com
Publicaciones@AntezanaCC.com

Sobre la libertad



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

de expresión

En enero de 1964, *The New York Times* publicó un aviso pagado por una organización activista de la lucha en pro de los derechos civiles. El aviso sugería que muchos funcionarios públicos del sur de los Estados Unidos actuaban con ventajismo, cuando no en abierta violación de la constitución, en su combate contra el movimiento en favor de los derechos civiles. Afirmaba, entre otras cosas, que el arresto del reverendo Martin Luther King Jr., acusado de perjurio en Alabama, formaba parte de una conjura destinada a echar por tierra los esfuerzos del reverendo por desagregar el uso de instalaciones públicas en los estados del sur y lograr que la población negra se inscribiese en el registro electoral para ejercer el voto.

L.B. Sullivan, comisionado de policía de la ciudad de Montgomery, Alabama, demandó ante un tribunal de su estado al gran diario neoyorquino, y a cuatro ministros protestantes negros que firmaban el aviso, por considerar que las denuncias que el mismo hacía contra el departamento de policía de Montgomery lo difamaban en lo personal.

Ahora bien, de acuerdo con las leyes del estado de Alabama, Sullivan no estaba obligado a probar en qué forma había sido perjudicado por el aviso. La defensa, a su vez, no pudo alegar que el contenido del aviso era absolutamente veraz porque sus redactores incurrieron en varios errores menores de orden fáctico. El tribunal de Alabama falló a favor del comisionado Sullivan y fijó una indemnización de 500.000 dólares. Como era de esperarse, *The New York Times* y los reverendos apelaron el fallo y el pleito llegó hasta la Corte Suprema de los Estados Unidos.

DEFENSA A LA LIBERTAD

La Corte Suprema, en una decisión histórica, encontró que, en virtud de la llamada Primera Enmienda (que garantiza la plena libertad de expresión), la constitución protegía todo tipo de afirmación, incluso aquellas que resultasen falsas, en torno al desempeño de cualquier funcionario público. Hacía una sola excepción con aquellos asertos adelantados maliciosamente; esto es, hechos a consciencia de su falsedad, o con claro e imprudente desprecio de su veracidad o falsedad. Aún en estos casos, la corte ratificó la doctrina del derecho anglosajón de circunscribirlos a la jurisdicción civil y no a la jurisdicción penal.

Los magistrados de la suprema corte americana juzgaron que la defensa de la libertad de expresión debía prevalecer en los juicios por difamación incoados contra la prensa por cualquier funcionario en el desempeño de su trabajo. La protección de la reputación personal, entendida como un bien privado susceptible de daño y perjuicio, no debía inhibir o coartar el escrutinio público. Con ello, no sólo la acción del comisionado Sullivan contra *The New York Times* fracasó ruidosamente, sino que, literalmente, se cambió el curso de la historia mundial del derecho constitucional comparado.

En efecto, la argumentación, digamos filosófica, de los nueve magistrados estadounidenses, influyó determinadamente para que legisladores y juristas del mundo entero propugnasen reformas encaminadas a la despenalización de los llamados *delitos contra la honra*.

La materia, sin duda, es cenagosa y daría para muchas páginas porque el bien

La libertad de expresión, así como la libertad de pensamiento, y por ende el derecho a la información son consustanciales de la democracia. Desde esa óptica el articulista revisa temas espinosos como veracidad o falsedad, despenalización de los llamados delitos contra la honra, contumelia, difamación, injuria, calumnia, ... para llegar al núcleo del oficio periodístico que no es más que el derecho del periodista a mantener en secreto sus fuentes.

■ Ibsen Martínez



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

jurídico a proteger es cosa gaseosa e inconsútil: el honor. El honor es como la felicidad: algo muy difícil de describir, sobre todo para fines legales.

Para darse una cuenta de cuán trascendente fue la decisión de la Corte Suprema estadounidense, basta considerar las distinciones que desde siempre han hechos los legisladores entre, por ejemplo, *contumelia* y *difamación*, o entre *injuria* y *calumnia*.

El Código Penal alemán vigente, por citar sólo un caso, distingue entre injuria (*Beleidigung*), difamación (*Üble Nachrede*) y calumnia (*Verleumdung*). Un criterio universalmente aceptado diferencia entre injuria (ofensa al honor de una persona hecha en su presencia), es decir, la antigua contumelia, y difamación (ofensa a la reputación de otro, lejos de su presencia). La calumnia se entiende como una injuria o difamación realizada con conocimiento cabal de la falsedad de lo imputado.

Desde 1964 hasta la fecha son incontables los países que han venido incorporando esta doctrina despenalizadora a sus constituciones o a sus leyes específicas.

Puede decirse que hoy la protección de la libertad de información en muchos países, protección que tradicionalmente se fundaba en la *verdad objetiva*, se ha estimado inconveniente. Con lo que la tutela al honor del funcionario público se ha

hecho, felizmente, cada vez más débil, desplazándose, a su vez, el peso de su protección hacia el recurso civil.

Ejemplo notorio de esto último es el del Código Penal español de 1995, también conocido como el nuevo Código Penal (NCP) o como el Código Penal de la Democracia.

Este código distingue, entre las llamadas *injurias*, aquellas que implican una falaz imputación de hechos de las que implican simplemente juicios de valor. Estos distinguos son relevantes pues entrañan diferenciar entre libertad de expresión y el derecho a la información; entre *hechos* y *opiniones*.

LA EXCEPTIO VERITATIS

Según el código español, las opiniones y valoraciones no están sujetas al límite de la veracidad y tampoco son susceptibles de una comprobación objetiva, por lo que, respecto a ellas, no rige la *exceptio veritatis*.

¿Qué rayos es la *exceptio veritatis*? La *exceptio veritatis* es eso que suelen invocar los abogados de los imputados por difamación: "si demuestro que los horrores que dije de Fulano son verdad, demuestro que no he incurrido en delito y me absuelven".

En cierta forma, la *exceptio veritatis* es la doctrina penal contra la que falló la Corte Suprema estadounidense en el caso "Sullivan versus *The New York Times*". Lo peor que tiene dicha doctrina es que muchos funcionarios deshonestos latinoamericanos la invocan a su modo, por supuesto, ante tribunales complacientes, y exigen del periodista las pruebas que se han cuidado muy bien de destruir ellos mismos.

Como se sabe, entablar juicios penales por difamación e injuria es la estrategia favorita del funcionario público que se ha ganado la atención de la prensa. Puede afirmarse que el juicio penal por difamación contra un medio o un periodista es uno de los males endémicos que entorpecen la vida republicana en Hispanoamérica.

Venezuela, por cierto, no ha sido en ello jamás una excepción. Lo que viene puede, sin embargo, ser mucho peor: ahora no se trataría solamente del honor del funcionario señalado, sino que se penalizaría la nuez misma del oficio periodístico: el derecho del periodista a mantener en secreto sus fuentes.

■ **Ibsen Martínez**
Escritor. Columnista del diario
Tal Cual



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

Centro Gumilla...Construyendo el país que queremos



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Bolívar y la Liga de Justicia".

Acceso a la información pública en la defensa de los derechos en Venezuela

INTRODUCCIÓN

El movimiento de derechos humanos de Venezuela es un movimiento relativamente joven. Sus primeras organizaciones datan de la década de los años 80. Desde sus inicios, uno de los obstáculos con los que se ha encontrado para desarrollar su labor es el acceso a la información en poder del Estado. En la última década incorporó en sus estrategias de exigibilidad de los derechos, intensificar las acciones por derecho de petición y acceso de información reclamando respuestas oportunas y adecuadas de los entes y órganos del Estado.

No es Venezuela un país donde exista apertura a la información pública. Si bien en los últimos 10 años se constatan avances en lo formal normativo, la realidad ha cambiado poco. Para las organizaciones de derechos humanos el acceso a la información es fundamental para mejorar el acompañamiento a las víctimas, para diseñar sus propuestas de políticas públicas y para defenderse de las descalificaciones de los funcionarios que ocupan altos cargos en los poderes públicos.

Las dificultades para acceder a la información obligó a las organizaciones a judicializar la exigencia de respuesta oportuna y adecuada. Igualmente las obligó a desarrollar otras iniciativas para ampliar la denuncia de las dificultades para acceder a la información. En ese proceso recorrido han acumulado importantes experiencias y logrado resultados valiosos en defensa de los derechos humanos de víctimas de violaciones a tales derechos.

El presente trabajo sistematiza parte de esa experiencia y los esfuerzos por inten-

sificar y ampliar las exigencias de información pública por parte de dichas organizaciones. Da igualmente una visión genérica sobre las principales normas que sustentan el derecho al acceso a la información y las obligaciones que al respecto tienen los entes y órganos del Estado venezolano, presenta los avances y retrocesos en la jurisprudencia del máximo tribunal de la república, y finaliza con una serie de conclusiones y recomendaciones.

I. MARCO LEGAL DEL ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA EN VENEZUELA

Aún cuando no cuenta Venezuela con una ley de acceso a la información pública, existen varias normas tanto constitucionales como legales que garantizan ese derecho. Desde la Constitución de 1961 los venezolanos y venezolanas cuentan con una norma de rango constitucional (art. 57) que les concede el derecho de dirigir peticiones ante cualquier entidad o funcionario público, sobre los asuntos que sean de la competencia de éstos y a obtener oportuna respuesta. Esa norma constitucional tuvo con el tiempo un desarrollo legislativo. Un primer desarrollo se produjo en 1981 con la promulgación de la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos (LOPA). El artículo 2 de la mencionada Ley establece: “Toda persona interesada podrá, por sí o por medio de su representante, dirigir instancias o peticiones a cualquier organismo, entidad o autoridad administrativa. Estos deberán resolver las instancias o peticiones que se les dirijan o bien declarar, en su caso, los motivos que tuvieran para no hacerlo”.

Para las organizaciones que tienen como objetivo fundamental la defensa de los derechos humanos, es fundamental el tema de la información pública.

Para ello se hace necesario normar el hecho de que la administración del Estado acceda a dar información sobre sus actuaciones de manera oportuna y adecuada. Esto tiene que ver con la necesidad de contar con una jurisprudencia para tal fin, es decir una ley de acceso a la información pública que reúna y sistematice, en el contexto venezolano, el conjunto de normas que garantizan ese derecho.

■ **Marino Alvarado
Betancourt**

La ley además estableció los procedimientos y recursos a seguir en caso de que no hubiese respuesta de los funcionarios y estableció el plazo legal para dar respuesta oportuna. El artículo 5 impone la obligación de dar respuesta en 20 días. Este derecho de petición y la obligación de los funcionarios de responder posteriormente tuvo un mayor desarrollo legislativo a través de varias leyes, entre ellas la Ley Orgánica de la Administración Pública (Art 9), Ley del Estatuto de la Función Pública (39) y la Ley Orgánica de Seguridad de la Nación (27). Ésta última establece que todas las informaciones y documentos derivados de la planificación y ejecución de actividades u operaciones concernientes a la seguridad y defensa de la nación, obtenidas por el Sistema Nacional de Inteligencia y Contrainteligencia, no clasificados serán de libre acceso.

Ya antes de 1981 en Venezuela estaba vigente el artículo 13 de la Convención Americana Sobre Derechos Humanos que garantiza el derecho de las personas a acceder a la información pública y la obligación del Estado a informar, norma que interpretada de conformidad con el artículo 50 de la Constitución de 1961 tenía igualmente rango constitucional.

Posteriormente en 1999, al entrar en vigencia la nueva Constitución, el derecho de acceso a la información se amplió a través de varios artículos. El artículo 51 es una copia mejorada del artículo 57 de la Constitución del 61. Incorpora un aspecto fundamental y es que indica que el derecho de las personas es no sólo a obtener respuesta oportuna, sino también adecuada. Dos nuevos artículos entran en vigencia que amplían las posibilidades a las personas naturales y jurídicas de exigir información. El artículo 28 mediante el cual toda persona tiene el derecho de acceder a la información y a los datos que sobre sí misma o sobre sus bienes consten en registros oficiales o privados, así como de conocer el uso que se haga de los mismos y su finalidad, y de solicitar ante el tribunal competente la actualización, la rectificación o la destrucción de aquellos, si fuesen erróneos o afectasen ilegítimamente sus derechos. Igualmente, podrá acceder a documentos de cualquier naturaleza que contengan información cuyo conocimiento sea de interés para comunidades o grupos de personas. Este derecho mejor conocido como *Habeas Data* (Art.28) tiene un aspecto fundamental y es que concede el derecho a colectivos pequeños o grandes no sólo a

“

La primera acción judicial de una organización de derechos humanos para exigir el acceso a información en poder del Estado se realizó en 1999. Hay que destacar que para esa fecha eran muy escasas en Venezuela las acciones judiciales para exigir acceso a la información pública.

”

solicitar información, sino a que se rectifique información errónea.

Completa este cuadro normativo constitucional el artículo 143. El mismo establece el derecho de toda persona a solicitar información sobre asuntos de su interés. Impone la obligación a la administración pública a dar información oportuna y veraz. Otorga el derecho a las personas de acceder a archivos y registros con algunas excepciones y finalmente indica que no se impondrá censura a los funcionarios para que cumplan su deber de informar.

II. FORMAS DE EXIGIR EL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN POR LAS ORGANIZACIONES DE DERECHOS HUMANOS

Las organizaciones de derechos humanos de Venezuela vienen usando de manera amplia el ejercicio de solicitud de información en poder del Estado. Progresivamente fueron ampliando, mejorando e intensificando la exigencia de información. Con el propósito de realizar su labor de la manera más equilibrada posible, siempre se han interesado en conocer la versión del Estado frente a denuncias de violaciones a los derechos humanos, así como obtener información sobre el funcionamiento general del Estado al momento de elaborar informes de situación.

Por esa razón, desde sus comienzos se caracterizan por solicitar información muy variada. Solicitan estadísticas de naturaleza económica y social, información

sobre ejecución presupuestaria, acerca de proyectos en ejecución o planificación, información sobre funcionarios, sobre detenidos y circunstancias de detención, en cuanto al número y características de protestas realizadas, sobre planes de seguridad, acerca de expedientes clasificados secretos, sobre normas dictadas, acerca de convenios suscritos. Información que es solicitada a los distintos entes y órganos a escala nacional, estatal y municipal. Dicha información es realizada en nombre de las propias organizaciones u acompañando a víctimas individuales o colectivas de violaciones de derechos humanos.

La mayoría de las solicitudes se queda sin respuesta. Y en las que se responden, las respuestas no son oportunas ni adecuadas.

Las reiteradas negativas a responder las solicitudes las obligó a pasar de la resignación e impotencia a la adopción de medidas más audaces y frontales en defensa del derecho de acceso a la información. Una de esas maneras fue mejorar la capacitación a organizaciones sociales y comunidades sobre cómo exigir la información, a quién reclamarla y qué hacer de no obtener respuesta para garantizar que cada día hubiese mayor cantidad de solicitudes. La otra, judicializar los reclamos del derecho a recibir información del Estado. Así, en los últimos 10 años existe una experiencia acumulada de gran valor.

La primera acción judicial de una organización de derechos humanos para exigir el acceso a información en poder del Estado se realizó en 1999. Hay que destacar que para esa fecha eran muy escasas en Venezuela las acciones judiciales para exigir acceso a la información pública.

La acción fue realizada por la organización Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos (Provea). Ésta es una organización que se ha caracterizado desde su nacimiento en 1988, por solicitar mucha información al Estado. Realiza un Informe Anual sobre la Situación de Derechos Humanos en Venezuela y envía aproximadamente 300 comunicaciones a funcionarios e instituciones. De la misma manera, al recibir denuncias de violación de los derechos humanos solicita información al funcionario u organismo presuntamente responsable. Esa primera acción judicial estuvo vinculada precisamente a una denuncia de violación de derechos humanos, específicamente el derecho de acceso a la justicia. Este caso es, además, por sus características y resultados, muy interesante.

Varios familiares de nueve personas

asesinadas en una masacre conocida como la Masacre de Yumare, solicitaron a Provea que analizara la posibilidad de ejercer alguna acción judicial para que los responsables fuesen sancionados de conformidad con la ley. Dicho caso había sido sentenciado y cerrado judicialmente por los tribunales militares. La justicia militar concluyó que los funcionarios policiales actuaron en legítima defensa y fueron declarados no culpables.

Ni los familiares ni organización alguna habían podido acceder al proceso ni conocer el expediente. No se conocían los alegatos jurídicos, las pruebas existentes y otras informaciones de interés para saber con cuáles fundamentos se dictó tal sentencia.

Provea ejerció una acción de amparo constitucional. Conocida como tutela en otros países, la acción de amparo obliga al poder judicial a tramitar con carácter prioritario tales acciones y a decidir en pocos días. Recurrir a la vía del amparo era una forma de afianzar el criterio de que era un derecho constitucional que debía ser tutelado.

La primera iniciativa de Provea se orientó a lograr acceder al contenido del expediente. Solicitó de manera verbal al Tribunal Militar de Primera Instancia de la Jurisdicción del estado Lara acceder al expediente N° 471. La respuesta fue que el 28 de agosto de 1989 se había remitido a los archivos que controla la Dirección de Justicia Militar (DJM).

Al acudir a la sede de la DJM se informó que dicho expediente tenía la clasificación de secreto y sólo se podía revisar mediante autorización por escrito del ministro de la Defensa. El 03 de mayo 1999 la organización, en nombre y representación de los familiares, con fundamento en el artículo 51 de la Constitución (derecho de petición), solicitó al ministro que autorizara la revisión del expediente así como sacar una copia de todo su contenido.

Transcurrido el lapso legal de 20 días hábiles para dar respuesta y no recibirla, Provea, el 07 de julio de 1999, ejerció la acción de amparo por ante la Sala Política Administrativa de la Corte Suprema de Justicia.

Además de normas legales y constitucionales sobre acceso a la información, la acción se fundamentó en el artículo 14 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos que establece que toda sentencia penal será pública. En medio del proceso judicial, Venezuela tuvo una nueva Constitución y se creó la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia.

“

La acción judicial fue declarada parcialmente con lugar y se ordenó a la dirección regional dar información y adoptar medidas adecuadas para el restablecimiento de los servicios. La información fue concedida y como consecuencia de la acción judicial se abrió un espacio de diálogo que permitió, al poco tiempo, que los laboratorios prestaran nuevamente sus servicios.

”

El 26 de julio de 2002, día en que por segunda vez se realizaba una audiencia constitucional sobre dicho caso, los apoderados judiciales del Ministerio de la Defensa consignaron una copia certificada del expediente. Garantizada la información solicitada, la Sala Constitucional declaró que no tenía ya razones para decidir pues se había cumplido con el objetivo de obtener la copia del expediente¹. Así, por primera vez en la historia judicial del país, un expediente clasificado como secreto era desclasificado a través de una acción de amparo por derecho de petición.

Hoy en día, el expediente del Caso Yumare, N° 001105, puede ser consultado por cualquier persona. Ese primer paso dio inicio a un largo proceso de reapertura del juicio en tribunales penales ordinarios donde se encuentran actualmente imputados un ex Presidente de la República, varios ex ministros y varios jefes policiales de la época.

Esa primera acción judicial, además victoriosa, animó a Provea a seguir usando la acción de amparo constitucional como mecanismo para exigir respuesta de los funcionarios ante el silencio en responder o al obtener respuestas negativas.

Provea incorporó en su propósito de promover y defender los derechos sociales, el ejercer acciones judiciales por derecho de petición a nombre de colectivos afectados o garantizar que ellos mismos

actuaran con la asistencia jurídica de la organización.

Uno de estos casos es el referido a la acción de amparo interpuesta con hechos relacionados al derecho a la salud. El día 03 de febrero de 2003 recibió una denuncia por parte de varias personas vinculadas al sector salud. Un ciudadano quien representaba a la asociación civil Defensa de la Salud de los Valles del Tuy (Aprod-savat); otra persona en representación de la Junta Social del hospital Dr. Victorino Santaella, ubicado en la ciudad de Los Teques, estado Miranda, así como cuatro ciudadanos en representación del gremio de bioanalistas de dicho hospital y de dos hospitales más.

Denunciaron las malas condiciones de funcionamiento en que se encontraban los servicios de bioanálisis de la red hospitalaria y ambulatoria dependiente de la Gobernación del estado Miranda. Los servicios de laboratorio se encontraban suspendidos desde junio del año 2002.

Provea, el 12 de febrero de 2003, remitió una comunicación al director regional de salud del estado Miranda, solicitándole informara a la brevedad posible las medidas adoptadas por esa dirección para solventar los problemas existentes con los servicios de bioanálisis. La petición de información no fue satisfecha de manera oportuna ni adecuada.

Se recurrió entonces a la vía judicial. Introdujo ante un Tribunal Civil y Contencioso Administrativo una acción de amparo por violación del derecho constitucional de petición.

La acción judicial fue declarada parcialmente con lugar y se ordenó a la dirección regional dar información y adoptar medidas adecuadas para el restablecimiento de los servicios. La información fue concedida y como consecuencia de la acción judicial se abrió un espacio de diálogo que permitió, al poco tiempo, que los laboratorios prestaran nuevamente sus servicios.

La judicialización de los derechos de petición también ha servido para exigir el derecho a la vivienda. Con la asistencia de Provea, 62 habitantes de una urbanización popular denominada Nueva Tacagua, en Caracas, ejercieron una acción de amparo constitucional contra el presidente del Instituto Nacional de la Vivienda (Inavi).

En fecha 13 de agosto de 2004 los habitantes de la mencionada urbanización solicitaron por escrito al presidente de dicho instituto, procediera a responder una serie de interrogantes relacionadas con su condición de adjudicatarios del

Inavi en unos inmuebles ubicados en el sector “C”, terraza “KK”, bloques 11 y 12 de dicha urbanización.

La información era de suma importancia para los habitantes de la comunidad ya que para ese momento se adelantaba un proceso de reubicación como consecuencia de los riesgos existentes ante una falla geológica del terreno en donde fue construida la urbanización. Los habitantes de los edificios 11 y 12 vivían una situación de incertidumbre jurídica que les generaba zozobra, y no pocas dudas acerca de su futuro.

El Inavi no los reconocía como propietarios y como tal existía la posibilidad de que no se les adjudicara otra vivienda. Es de destacar que durante cinco años esas personas habían enviado doce comunicaciones al instituto de vivienda sin recibir respuesta alguna. El amparo constitucional terminó antes de que se dictara sentencia. Como consecuencia de la acción judicial, el presidente del instituto de vivienda ordenó reubicar de manera inmediata a todos y todas quienes habían suscrito la comunicación. Se les otorgó una vivienda en condiciones calificadas por los beneficiarios como dignas y cómodas.²

Meses después, la organización Provea en nombre y representación de un grupo de personas que habían adquirido viviendas en una urbanización, pero existía un retardo injustificado en la culminación de las obras y en concederles el derecho a ocupar las ya culminadas, ejercieron una acción de amparo contra el presidente de otro instituto de vivienda, en esta ocasión del Fondo Nacional de Desarrollo Urbano (Fondur).

El 28 de julio de 2004, Provea dirigió un escrito al referido presidente de Fondur, solicitándole que procediera a informarlos:

“(…) de manera oportuna y adecuada (…)” sobre: “1) ¿Cuál es el presupuesto asignado por Fondur en el presupuesto 2004 para invertir en el Proyecto habitacional Ciudad Miranda?; 2) ¿Cuántas viviendas se han entregado a las familias adjudicatarias durante el 2004 y cuántas se tiene previsto entregar en el 2004 y 2005?; 3) ¿Cuáles son las razones por las cuales se ha paralizado el proyecto habitacional Ciudad Miranda?; 4) ¿Cuáles van a ser los criterios para la entrega de las viviendas a las familias adjudicatarias?; 5) ¿Cuántos centros educativos y centros de atención de salud tiene el proyecto de vivienda en construcción?”.

“

La experiencia obtenida al judicializar la exigencia de información pública es que a veces sobrepasa los mismos propósitos de obtener la información solicitada. Abre caminos para resolver algunos reclamos de la gente ya sea porque así lo ordena un juez mediante sentencia o porque para evitar una sentencia, los funcionarios o las instituciones dan respuesta positiva a la petición.

”

Al no dar respuesta oportuna se interpuso una acción judicial de amparo. Días antes de que se realizara la audiencia constitucional, el instituto de vivienda consignó en el expediente respuestas generales a las preguntas requeridas.

En fecha 14 de diciembre de 2004, la Corte Segunda de lo Contencioso Administrativo declaró con lugar la acción de amparo constitucional al considerar que si bien el instituto de vivienda dio respuesta, la misma no fue oportuna ni respondía a todas las exigencias planteadas por Provea. La acción judicial forzó un diálogo con funcionarios de alto rango en dicha institución que permitió que algunas viviendas fueran adjudicadas.

La experiencia obtenida al judicializar la exigencia de información pública es que a veces sobrepasa los mismos propósitos de obtener la información solicitada. Abre caminos para resolver algunos reclamos de la gente ya sea porque así lo ordena un juez mediante sentencia o porque para evitar una sentencia, los funcionarios o las instituciones dan respuesta positiva a la petición.

Otro resultado de que las organizaciones de derechos humanos hayan judicializado las peticiones de información, es que se han generando precedentes positivos que animaron a otras organizaciones sociales e individualidades para acudir a los

tribunales. Se avanzó además, de la realización de solicitudes formuladas por una sola organización, a la solicitud conjunta sobre asuntos de interés común y al ejercicio de acciones judiciales conjuntas.

Frente a las reiteradas negativas de los funcionarios públicos a dar respuesta, las organizaciones de derechos humanos han buscado evidenciar tal situación. Se han propuesto llamar la atención sobre las violaciones reiteradas a la violación del derecho.

En esta perspectiva, la organización Espacio Público diseñó una estrategia para dejar en evidencia que hay una cultura de no responder las peticiones. Entre enero y agosto de 2007 realizó 46 solicitudes de información a distintos organismos del Estado. Las peticiones eran realizadas por diversas personas jurídicas y naturales. Las preguntas estaban relacionadas con normas internas y procedimientos de atención de las solicitudes de información, salario base de los funcionarios, gastos de publicidad y copia del proyecto de ley de acceso a la información.

Además de enviar las comunicaciones se realizaron otras gestiones para obtener la información. Transcurrido el lapso establecido por la ley para dar respuesta el resultado fue el siguiente: 87% de las peticiones no tuvo respuesta; sólo 4% obtuvo una respuesta aunque no en todas fue adecuada y 9% se agrupó en la categoría de otros.

La organización concluyó que el derecho de acceso a la información en Venezuela, si bien está garantizado constitucionalmente, en la práctica no se encuentra plenamente satisfecho. No existe una política de rendición de cuentas y transparencia en las funciones de los empleados públicos, quienes no asumen plenamente su obligación de informar a los ciudadanos de manera continua y con mayor gravedad ni en los casos donde formalmente se les solicita.³

La organización Control Ciudadano que se encarga de realizar contraloría social en temas de seguridad y defensa realizó un experimento muy similar al realizado por la organización Espacio Público. Envío 100 comunicaciones a distintos funcionarios de la Fuerza Armada Nacional en sus distintos componentes, así como a funcionarios de los distintos poderes públicos. Las peticiones estaban relacionadas con temas tales como: compras y adquisiciones militares, salario de funcionarios, número y tipo de armas decomisadas, estado actual de cumplimiento de las obligaciones emanadas de algu-

nas convenciones internacionales, proyectos de ley a ser presentados a la Asamblea Nacional.

Transcurridos seis meses desde que se enviaron las solicitudes de petición, sólo se había recibido una sola respuesta negando la información. Buscando no tener que llegar a la judicialización de la exigencia de información, se solicitó el apoyo de la Defensoría del Pueblo quien tiene entre sus mandatos defender los derechos de las personas. Hasta junio de 2009 la Defensoría no había realizado ninguna actuación. La organización colocó en su página Web y difundió por otros medios el contenido de cada una de las solicitudes y el resultado de las peticiones.⁴

III. LOS OBSTÁCULOS DE ACCESO A LA INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LA JURISPRUDENCIA DEL TRIBUNAL SUPREMO DE JUSTICIA

La Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia cuyas decisiones son guía obligatoria para todos los tribunales del país pasó de desarrollar jurisprudencia progresiva para garantizar el acceso a la información, a jurisprudencia regresiva lo cual obstaculiza la judicialización de las peticiones. La Sala Constitucional había sido permisiva y fundamentado muy bien las razones por las cuales la vía del amparo era un mecanismo idóneo para exigir la obligación de un funcionario a dar respuesta.

Había extendido esta obligación de responder incluso a instituciones privadas que prestan servicio público. Ante el incremento de las acciones de amparo reclamando respuesta a las peticiones, afianzó una jurisprudencia que sólo acepta el amparo como vía excepcional y en su lugar impuso que el mecanismo adecuado es el ordinario.

Así las cosas, para que una respuesta se entienda como oportuna y adecuada debe cumplir con un mínimo de requisitos de forma y oportunidad, con independencia de que se otorgue o se niegue el derecho -lato sensu- que se solicitó mediante la petición administrativa. De allí que el carácter adecuado de la respuesta dependerá, formalmente, de que ésta se dicte de manera expresa y en cumplimiento de los requisitos de forma que establece la Ley, y, materialmente, según se desprende del criterio jurisprudencial que se citó, con subordinación a que la respuesta tenga correlación di-

“

Una de las diferencias fundamentales entre la vía de amparo y la vía ordinaria es el lapso que tiene el juez para decidir. Por la vía ordinaria se tarda más y si ya a través de acciones de amparo la decisión judicial se tardaba varios meses, una acción ordinaria puede prolongarse hasta más de un año.

”

recta con la solicitud planteada. En otros términos, el particular tiene, como garantía del derecho de petición, el derecho a la obtención de una respuesta adecuada -expresa y pertinente- y oportuna -en tiempo-, con independencia de que no se le conceda lo que pidió.

(...omissis...)

Ahora bien, y según se estableció en la misma decisión de 30-6-00, ‘no toda omisión genera una lesión constitucional’ y de allí que sea imperativo el análisis de cada caso concreto para la determinación de si, en el mismo, es procedente el amparo constitucional ante la violación del derecho de petición, análisis que dependerá de si existen o no, frente a este caso, vías contencioso-administrativas ordinarias capaces de dar satisfacción al derecho de petición y oportuna y adecuada respuesta.

La idoneidad de la vía procesal ordinaria para la satisfacción de ese derecho dependerá, en primer lugar, de que pueda dar cabida a la misma pretensión que habría de plantearse en estos casos a través de la demanda de amparo constitucional, pretensión que no es otra que la condena a la Administración a que decida expresa y adecuadamente, que es a lo que da derecho, se insiste, la garantía de oportuna y adecuada respuesta.”⁵

Una de las diferencias fundamentales entre la vía de amparo y la vía ordinaria es el lapso que tiene el juez para decidir. Por

la vía ordinaria se tarda más y si ya a través de acciones de amparo la decisión judicial se tardaba varios meses, una acción ordinaria puede prolongarse hasta más de un año. Además obliga a la publicación de carteles en un medio de comunicación de alcance nacional lo que resulta costoso, dificultando así a las comunidades pobres acceder a la justicia.

Ante dicha jurisprudencia las organizaciones de derechos humanos recurrieron a la vía de judicializar las peticiones a través del recurso de abstención o carencia. Es aplicable este recurso cuando un funcionario tiene asignada una obligación por ley y como consecuencia de su omisión o actuación inadecuada no la cumple. Para julio de 2009 cursaban ya admitidas por la Sala Política Administrativa del Tribunal Supremo de Justicia demandas contra el Presidente de la República Hugo Chávez, contra el ministro de Salud y contra el ministro de Energía y Petróleo.

Perseverar en la exigencia de información aún cuando existan o se incrementen los obstáculos es fundamental para promover el protagonismo de la gente a título individual o colectivo. Es una manera de contribuir a mejorar el ejercicio de la contraloría social y la participación ciudadana en los asuntos públicos. Como bien lo ha expresado la Corte Interamericana de Derechos Humanos:

“el actuar del Estado debe encontrarse regido por los principios de publicidad y transparencia en la gestión pública, lo que hace posible que las personas ejerzan el control democrático de las gestiones estatales, de forma tal que puedan cuestionar, indagar y considerar si se está dando un adecuado cumplimiento de las funciones públicas.”

“Por ello, para que las personas puedan ejercer el control democrático es esencial que el Estado garantice el acceso a la información de interés público bajo su control. Al permitir el ejercicio de ese control democrático se fomenta una mayor participación de las personas en los intereses de la sociedad.”⁶

IV. ACIERTOS, LIMITACIONES Y ERRORES EN LAS ESTRATEGIAS DE DEFENSA A PARTIR DE LA EXIGIBILIDAD DEL DERECHO DE PETICIÓN

El principal acierto a destacar es la certera decisión de incorporar como estrategia de acción el judicializar los derechos de petición. En primer lugar ha significado un

ejemplo para las organizaciones sociales sobre cómo es posible lograr que los funcionarios den respuesta y ha motivado a realizar las peticiones redactadas de una manera tal que sirvan para acudir posteriormente a los tribunales.

En algunas instituciones el saber que una determinada organización podía entablar una demanda obligó a los funcionarios a responder las peticiones de esa organización. Se adoptó una actitud de respeto ante sus peticiones. Fue el caso de las competentes en materia de vivienda con relación a la organización Provea.

La judicialización, en la medida en que las demandas y sentencias han tenido un nivel de difusión a través de los medios de comunicación, ha contribuido a colocar en determinadas coyunturas el asunto del acceso a la información en la agenda pública nacional. Igualmente ha favorecido el desarrollo jurisprudencial, más allá que con el tiempo hubo regresión.

Otro acierto es haber diseñado estrategias para evidenciar de manera más contundente, ante el propio Estado y la sociedad, que existe una política generalizada de no dar respuesta a las peticiones. Es el caso de las iniciativas emprendidas por las organizaciones Espacio Público y Control Ciudadano enviando muchas peticiones a organismos diversos y llevar un control estricto de las consecuencias de la solicitud.

Como limitaciones se puede destacar el no uso de otras formas de solicitud de información. La casi totalidad de las peticiones se han realizado fundamentadas en el artículo 51 de la Constitución, pero hasta la fecha es muy poco el uso de solicitud de información vía *habeas data* o fundamentadas en el artículo 143 sobre todo en aquellos asuntos frecuentemente manejados como secretos de Estado. Un avance se produjo con las peticiones de la organización Control Ciudadano.

Otra limitación es las escasas peticiones realizadas acompañando a colectivos. Hasta la fecha son pocas las realizadas usando el artículo 51 y no se ha realizado ningún *habeas data* aprovechando la facultad que otorga el artículo 28 de la Constitución de solicitar la información cuando sea de interés para comunidades o grupo de personas.

En cuanto a los errores. Al inicio se produjeron errores en la forma de solicitar las peticiones. Además de imprecisas no cumplían requisitos básicos para posteriormente presentar una acción judicial. Ello obligaba a tener que repetir las peticiones o descartar la acción judicial.

Otro error muy frecuente es sustituir a las víctimas ya sean individuales o colectivas al momento de solicitar la petición. Ello conduce a que al judicializar el caso la organización actúa en representación de las víctimas, cuando resulta más educativo y contundente que sean las víctimas, asesoradas y acompañadas por la organización de derechos humanos, quienes acuden al tribunal.

Finalmente un error ha sido sistematizar muy poco el camino recorrido, los éxitos y errores. La sistematización facilita el aprendizaje y la capacitación a otras organizaciones y a las comunidades.

V. RECOMENDACIONES

1. Continuar judicializando los derechos de petición en la medida en que los funcionarios no den respuesta oportuna, nieguen la información o la respuesta no sea adecuada.
2. Aunar esfuerzos entre las diversas organizaciones de derechos humanos y otras organizaciones sociales para realizar peticiones conjuntas en asuntos que sean de interés común. Igualmente, accionar en los tribunales de manera conjunta para así dar mayor contundencia a las peticiones y lograr jurisprudencia en ese sentido.
3. Acompañar de manera más activa a comunidades, consejos comunales, sindicatos y otras organizaciones sociales en las solicitudes de derecho de petición.
4. Difundir ampliamente y en forma muy sencilla las formas y procedimientos para solicitar peticiones de tal manera que cada vez más individuos y colectivos se apropien de su derecho de peticionar información en poder de los órganos y entes del Estado. Las organizaciones de derechos humanos, con su experiencia, juegan un papel fundamental para animar y capacitar a las organizaciones sociales y comunidades en cuanto al ejercicio del derecho de solicitar información.
5. Adelantar solicitudes de información de *habeas data*, preferiblemente presentadas por colectivos, tanto para capacitar a las comunidades en cuanto a la posibilidad de presentar tales peticiones como para contribuir a la generación de jurisprudencia en cuanto a este derecho.
6. Aun cuando se acuda por vía judicial usando el recurso de abstención o carencia, no descartar las acciones de am-

paro buscando aplicar bien lo que al respecto definió la Sala Constitucional relacionando el no otorgamiento de la información con la violación o amenaza inminente de violación de otro derecho constitucional. Expresar en los propios escritos de abstención o carencia, el rechazo a la jurisprudencia de la Sala Constitucional que debilitó la posibilidad de judicializar los derechos de petición.

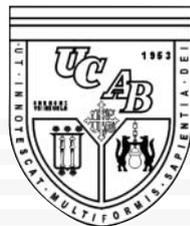
7. Desarrollar diversas iniciativas que permitan visualizar más la existencia de una cultura en los funcionarios públicos de no dar información ni oportuna ni adecuada.
8. Exhortar con mayor insistencia a la Defensoría del Pueblo para que asuma un papel activo exigiendo de los funcionarios públicos conceder la información que solicitan las personas naturales o jurídicas y desarrollar acciones para estimular y capacitar a los funcionarios en el cumplimiento de la obligación de dar acceso a la información. Explorar acuerdos entre las organizaciones y la defensoría para cumplir con dicha capacitación.
9. Desarrollar un debate entre las organizaciones de derechos humanos sobre la conveniencia o no de una ley de acceso a la información pública y de ser positiva la respuesta sumarse a las iniciativas que se vienen implementando para promover la promulgación de dicha ley.
10. Sistematizar la experiencia acumulada en el ejercicio del derecho de petición. Socializar la sistematización realizada y promover debates que permitan visualizar mejor los aciertos y errores, recoger sugerencias y en ese mismo proceso capacitar sobre el ejercicio del derecho.

■ **Marino Alvarado Betancourt**
Coordinador General de Provea.

NOTAS

- 1 TRIBUNAL SUPREMO DE JUSTICIA. Sala Constitucional. Sentencia del 26.07.2000. Exp. n° 00-1105.
- 2 Ver: www.derechos.org/ve/casos.
- 3 Ver: <http://www.espaciopublico.info/index.php>
- 4 Ver: <http://www.controlciudadano.org/>
- 5 TRIBUNAL SUPREMO DE JUSTICIA. Sala Constitucional. Sentencia N° 1.305 del 12.07.2004.
- 6 CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. Sentencia Claude Reyes, 19.09.2006. Párrafos 86 y 87.

POSTGRADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL



DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

... Abrimos un horizonte de posibilidades

La Universidad Católica Andrés Bello pretende afrontar estos tiempos de cambio como un reto formativo con claro compromiso social. Para ello, ofrece un Programa de Postgrados en Comunicación Social orientado a la formación de profesionales capaces de desenvolverse en los distintos ámbitos de la mediación comunicacional y cultural.

ESPECIALIZACIONES Y MAESTRÍAS

ESPECIALIZACIÓN EN PUBLICIDAD

Una oportunidad para aprender a gestionar los signos y entender que la publicidad es un medio de información, por tanto de significación.

ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El espacio idóneo para entender que estamos en una sociedad de las organizaciones de allí, que requerimos acercarnos a la forma de comunicación que allí se desarrolla.

ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL

El objetivo es orientar el estudio de las comunicaciones para potenciar el desarrollo. Los egresados obtendrán herramientas comunicacionales para auxiliar, asesorar y/o tomar decisiones dentro de este campo de aplicación.

Programas dirigidos a comunicadores sociales y también a egresados universitarios que deseen acercarse al mundo de las comunicaciones.

Modalidad para especializaciones y maestrías: presencial, dos tardes por semana de 6:00 pm a 10:00pm. • **Duración:** 4 semestres • **Lugar:** UCAB, Montalbán

PROGRAMAS DE ESTUDIOS AVANZADOS

PERIODISMO

Producto de la sinergia entre el diario *El Nacional* y la dirección de Postgrados en Comunicación Social

Modalidad: presencial, clases diurnas, dos días a la semana de 8:00 am a 11:30 am.

Duración: 4 trimestres. • **Lugar:** nueva sede del diario *El Nacional* en Los Cortijos de Lourdes.

COMUNICACIÓN Y 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.

Se eligió el estándar japonés, con las mejoras de Brasil, para la TV digital de Venezuela

TDT, titubeos sin



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

aplausos



En el anterior número de la revista dábamos como un hecho el que nuestro país se inclinaba por el estándar de TV digital chino. Sin embargo los vaivenes políticos, las marchas y contramarchas del actual Gobierno en materia de políticas públicas y anuncios nos dicen ahora todo lo contrario. Pues bien, para un futuro cercano –han dicho que para el 2011 será el arranque (¿?)– contaremos con el estándar japonés ISDB-T.

■ Víctor Suárez

Venezuela se adhirió al estándar japonés ISDB-T (Servicios Integrados de Transmisión Digital Terrestre) y a las mejoras introducidas por Brasil en compresión de video e interfaz con el usuario para concretar en un plazo de diez años el proceso de transición de la actual televisión analógica a la televisión digital terrestre (TDT). Al efecto, el Gobierno firmó un Memorandum de Entendimiento con el Gobierno de Japón, y espera acordarse en el mismo sentido en las próximas semanas con el Gobierno y la industria de Brasil.

Tres años se alargó el período de evaluación para la selección del estándar que regirá en Venezuela. Sin mayor trámite, sin discutirlo con sus promotores y sin probarlo, fue descartado de antemano el estándar ATSC, impulsado por EE.UU. y al cual se han adherido México y algunos países de Centroamérica. Las fórmulas europea y japonesa (DVB-T e ISDB-T) fueron objeto de estudio por parte de comisiones técnicas de Conatel y de algunos académicos, principalmente de la Universidad de Los Andes, los cuales se inclinaron por el formato nipón. Pero cuando ya estaba definido el calendario para realizar las pruebas de campo de ambas opciones, el Ministerio de Tele-

comunicaciones (entonces dirigido por la también presidenta de Cantv, Socorro Hernández) decidió incorporar a ellas el estándar chino (DTMB, Transmisión Digital Terrestre Multimedia), el cual no había pasado por revisión previa en el país. En el ínterin hubo cambios, tanto en Ciencia y Tecnología (responsable del satélite Venesat-1) como en telecomunicaciones. Desapareció el Ministerio de las Telecom (creado para enfrentar la recompra de Cantv). Como amalgama, fue designado Jesse Chacón, ministro de Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias, con competencia plena en el área de telecomunicaciones, excepto la tutoría del ente regulador Conatel. A pesar de que el estándar chino, que ni siquiera funciona plenamente en su país de origen, había logrado “favoritismo empírico” en altas esferas de decisión, el ministro Chacón dio un vuelco al escenario. Retomó las negociaciones con Europa y Japón. En la medida en que Brasil afianza su oferta híbrida en su propio territorio y otros países clave de América del Sur (Argentina, Chile y Perú) se vuelcan hacia ella, Venezuela acelera el paso por el mismo sendero. Es así como el tema de las ventajas no propiamente implícitas del estándar (financiamiento, transferencia tecnológica, desarrollo industrial, asistencia, donaciones) se hizo cada vez más importante. El acuerdo con Japón se logra finalmente y es anunciado en el hotel Alba Caracas, el 6 de octubre, con la presencia, aparte de los países involucrados, de embajadores y delegaciones técnicas y comerciales de Brasil, Cuba, Nicaragua, Bolivia y Ecuador.

Una cosa es la selección y otra la implantación. El ministro Chacón postergó para enero de 2010 la presentación del cronograma de desarrollo de la norma en el país. Puso en manos de siete comisiones el trabajo. Seis serán coordinadas por funcionarios con otras responsabilidades en la estructura oficial, y una séptima estará conformada por representantes de los actuales operadores de servicios de televisión abierta, públicos y privados.

Las seis comisiones estarán encabezadas por Freddy Brito, presidente del Cendit (Comisión de Investigación y Desarrollo); Wilfredo Morales, presidente de Telecomunicaciones Gran Caribe (Industrialización); Carlos Figueira, presidente del CNTI (Middleware, software e interoperabilidad); Blanca Eeckhout, ministra de Comunicación e Información (Contenidos); Carlos Rizzi, presidente de Red-TV (Infraestructura); y Elda Rodríguez,

“

Muy poco entusiasmo han mostrado los operadores privados de televisión abierta a raíz de la decisión del Gobierno nacional. El ambiente político no ayuda mucho. Perseguidos, amordazados, clausurados, recortados los períodos de las concesiones, no han expresado aún si están o no contentos con el futuro que les brindaría la tecnología en ciernes

”

directora de Conatel, en el área de Regulación.

Japón se compromete a digitalizar gratuitamente el canal principal de la red de medios audiovisuales del Estado, VTV, en seis meses, a partir de enero de 2010. VTV fungirá de experiencia piloto de la transición. Crearán un centro tecnológico para Televisión Digital en Venezuela, el cual estará a cargo del Cendit. Se plantea la fabricación en el país de equipamiento (decodificadores, receptores y transmisores), lo cual será responsabilidad de la empresa estatal Invetel (Industria Venezolana de Telecomunicaciones). Creación de un Instituto para Educación a Distancia. Posibilidad de créditos blandos con el Estado y la banca japonesa para el financiamiento de la transformación.

Venezuela se convierte en el portavoz de las bondades del estándar japonés en los mercados bajo su influencia, principalmente en el grupo de países que conforman el Alba (Antigua y Barbuda, Bolivia, Cuba, Dominica, Ecuador, Honduras, Nicaragua, San Vicente y las Granadinas, aparte de Venezuela). “Nosotros propusimos en el Alba”, dijo el ministro Chacón, “la estandarización en Latinoamérica del modelo japonés, perfeccionado por Brasil, iniciativa que fue acogida de manera favorable”. Además de los mecanismos para garantizar la migración, existe la po-

sibilidad de que esos países asuman proyectos industriales.

En las más intensas etapas del lobby que tendieron los promotores europeos y japoneses, destacó la participación de Eiji Roppongi, representante en Suramérica de la Asociación de Industrias y Negocios Radioeléctricos (ARIB-DIBEG) de Japón, y de la empresa nacional Hercasa, representante, entre otras marcas, de Toshiba, que trajo al país los transmisores que fueron utilizados en las pruebas de la norma.

El Sistema Económico Latinoamericano, SELA, con sede en Caracas, ayudó bastante a la difusión de la fórmula nipobrasileña a través de la realización de seminarios y estudios. Para el 21 de octubre está pautada la realización en el SELA, auspiciada por Cavedatos, de unas jornadas de telecomunicaciones, cuyo ponente invitado es Luis Valle, experto argentino en televisión digital.

Muy poco entusiasmo han mostrado los operadores privados de televisión abierta a raíz de la decisión del Gobierno nacional. El ambiente político no ayuda mucho. Perseguidos, amordazados, clausurados, recortados los períodos de las concesiones, no han expresado aún si están o no contentos con el futuro que les brindaría la tecnología en ciernes. La única reacción que hemos podido recoger hasta la fecha en *Inside Telecom* ha sido la de Alberto Federico Ravell, director general de *Globovisión*: “Estamos en plena condición para producir y tener todo el contenido que se requiere hasta para 4 señales (canales). El problema no está ni en la tecnología ni en el sistema, sino en cómo lo instrumentará el Gobierno. ¿Cree alguien que este gobierno estaría dispuesto a otorgar 4 señales a *Globovisión* en la situación actual?”.

■ **Víctor Suárez**
Periodista y columnista del diario *El Universal*.
Director de *Inside Telecom*.

Una obra imprescindible para entender la estrategia comunicacional del Estado

Coordinado por MARCELINO BISBAL este libro recoge importantes trabajos de un equipo especializado en el estudio de la comunicación, integrado por:

ÁNGEL OROPEZA, GUSTAVO HERNÁNDEZ, IVÁN ABREU, RAISA URIBARRÍ,
RAFAEL QUIÑONES, ANDRÉZ CAÑIZÁLEZ Y CARLOS CORREA.



Hegemonía y control comunicacional intenta analizar la construcción de hegemonía comunicacional en estos diez años de revolución, tiempo en el que el Gobierno ha tenido una política continuada y exitosa de quiebre del monopolio de medios sustentado por el sector privado hasta el punto de convertirse él mismo en poseedor de una plataforma mediática –tanto de medios públicos como parapúblicos– sin precedentes en la historia política y republicana del país e incluso de la América Latina.



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

Comunicación Integral de Marca

Apalancando el concepto de desarrollo territorial a partir de las herramientas del branding

INTRODUCCIÓN

En el contexto de las tendencias que apuntalan la revalorización estratégica del territorio merced el creciente protagonismo político y económico alcanzado por las regiones y las localidades, la presente disertación intenta acometer una aproximación al concepto de *branding* en tanto soporte para la gestión integral del capital territorial, en el que concurren a una misma vez factores de naturaleza cultural, política, económica y social.

Atendiendo a este propósito, el texto parte de un sustrato teórico relativo a los fundamentos de la marca en sus componentes de identidad e imagen, de donde se desprende la contribución de su aplicación al constructo territorio desde una perspectiva corporativa, materializada en el proyecto de marca territorial.

Sobre la base de esta referencia comprensiva, se ilustra el ejercicio de argumentación tomando como puntal las directrices de ordenamiento socioterritorial establecidas para Venezuela bajo el nombre de “descentralización desconcentrada”, en pos de una nueva organización política y económica demarcada con amplio énfasis en el Plan Nacional de Desarrollo Regional 2001–2007, y reafirmada en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007–2013.

De estas consideraciones despuntan, finalmente, áreas de oportunidad en la vía de definir espacios de posicionamiento

emergente para Venezuela, maximizando nuevas visiones y enfoques.

REESTRENANDO EL PROTAGONISMO DEL TERRITORIO

Lentamente, dentro del nuevo escenario mundial ha venido ganando calado el paradigma de la competitividad territorial, vale decir el carácter localizado de los procesos de acumulación e innovación. Al amparo de este encuadre, catalizado por la globalización, las regiones y las ciudades se hallan enfrascadas en una férrea competencia por captar oportunidades de inversión, aspirando a posicionarse cada vez mejor en una escala de percepciones por la que transitan factores como la seguridad y la estabilidad política, lo mismo que el transporte público y el ingreso per cápita (Eliash, 2003).

En este orden de ideas, las políticas públicas enfiladas al diseño de la imagen y la identidad territoriales se avienen en un poderoso activo con vistas a atraer recursos técnicos, financieros y profesionales, además de emplazar ofertas de turismo (gasto de no residentes), o fomentar las ventas externas (colocación de bienes transables en mercados internacionales) (Fernández y Paz, 2005).

Así las cosas, el llamado *marketing* de localización o *Placemarketing*, lejos de constituir la extrapolación simplista de las técnicas del *management* corporativo, se inserta en la lógica de las nuevas modalidades de gestión de lo público, abocadas

Partiendo del concepto de Placemarketing, se subraya la importancia del apalancamiento del desarrollo económico y la participación ciudadana en las bondades del branding, enmarcando la reflexión en la propuesta de reordenamiento territorial contemplada para Venezuela bajo el nombre de “descentralización desconcentrada”. Siguiendo esta línea, se intenta ampliar la mirada integral de la comunicación de marca, sustentando la gestión estratégica del capital territorial sobre un modelo de cuatro variables: cuadrante cultura (imaginarios territoriales), cuadrante política (gobernanza territorial), cuadrante economía (paradigma de desarrollo territorial) y cuadrante comunicación (corporate territorial).

■ Agrivalca R. Canelón S.

a afianzar la proximidad entre los actores sociales sobre la base de la creatividad de la ciudadanía y la participación de ésta en la toma de decisiones.

No en balde, conviene citar aquí a Cabrero y Peña (2006), quienes hacen una distinción entre los programas de gobierno local inspirados en la Nueva Gerencia Pública (NGP), y aquellos entrabados en la Nueva Gerencia Democrática (NGD).

Más en detalle, de acuerdo con estos autores, la corriente gerencial del esquema NGP (descentralización *hacia dentro*), busca la eficiencia/calidad mediante una implementación rápida de acciones con resultados visibles, teniendo como centro al cliente-ciudadano concebido en su individualidad (necesidades y preferencias), de donde se sigue el predominio de la racionalidad técnica en tanto criterio para la optimización de los recursos (lógica de la transacción).

A contracorriente, la vertiente de la NGD (descentralización *hacia afuera*), persigue la democratización de los vínculos gobierno-ciudadanía, promoviendo la iniciativa comunitaria de cara a la construcción colectiva y políticamente regulada de las decisiones, a través de mecanismos consultivos y cooperativos, léase comités de ciudadanos, contraloría social y presupuesto participativo (lógica de la relación).

No obstante las bondades de estos enunciados, según Friedmann y Llorens (2002), por lo general los gobiernos locales son proclives a dejar de lado a la ciudadanía, de tal suerte que los márgenes abiertos para el ejercicio de la participación apenas acogen a los grupos sociales más organizados y calificados, que no a los que más atención requieren, dado que por su condición social, bajo nivel de estudios y situación de dependencia, no están en posición de articular sus intereses y hacerles ingresar al debate público (minorías étnicas, jóvenes, indigentes, etc).

En particular, esta constatación se torna todavía más categórica bajo el prisma de los desequilibrios socioeconómicos entre regiones, los cuales demandan la configuración de una senda propia para un desarrollo integral e incluyente. De tal suerte, el reacomodo de la agenda política como aspiración aglutina la creación de riqueza junto a la satisfacción de las necesidades de la población, la salvaguarda de los recursos naturales y la calidad de vida, sumadas a las ya tradicionales exigencias en materia de provisión de servicios públicos.

“

Con todo, el vector de comunicaciones de *branding* se impone cual recurso estratégico dentro de la agenda democrática que signa los procesos de diseño, administración y gestión de la imagen de marca territorial, inclusive con visos de política de Estado y proyección internacional acorde con un posicionamiento deseado.

”

En suma, se trata de una nueva gobernabilidad basada en el fortalecimiento de las relaciones horizontales, el capital social y las redes de productividad, manteniendo una línea de negociación o diálogo con los grandes centros de decisión económicos, sociales y políticos (Benedetto, 2006, p. 105).

Por lo demás, al tamiz de este enfoque se plantea el reto de renovar las estructuras institucionales y las metodologías de gestión de los gobiernos locales (Dal Molín, 2007, p. 3), disminuidas frente a un concepto de territorio que implica la apropiación física y simbólica de un espacio dotado de *factores* estratégicos para el aprovechamiento de oportunidades de desarrollo merced la acción social y el “juego de poder entre diferentes actores” (Flores, 2007, pp. 36 y 37).

Tiene lugar, en consecuencia, una reivindicación de la población en tanto parte consustancial del territorio, lo que significa una ruptura de la premisa epistémica de la teoría económica que separa a ambas entidades y pontifica un determinismo impuesto *desde afuera* y *desde arriba* por los agentes cualificados, a quienes se les reserva la iniciativa, la posesión del conocimiento y el espíritu emprendedor (los responsables de las instituciones, junto con los técnicos y los empresarios).

Es así como para Serrano y Rubio (2008), la conjunción entre el medio fí-

sico (base ecológica) y la continuidad social (base cultural de cohesión), a trasluz de una decantación histórica específica (base temporal), deviene en la construcción de identidad para el referente geográfico regional, siendo ésta susceptible de revestir de atributos de diferenciación y perfiles *distintivos* a los bienes y servicios locales.

De suyo, un planteo de este calibre invoca la comprensión de aquellas configuraciones territoriales definidas como *tecnopolos* o *polos de crecimiento*, en cuya matriz inteseccional se entrecruzan fuertemente las dimensiones del *mundo de vida*. Subyace en esta noción, precisamente, la valoración de la *sostenibilidad* territorial y la afirmación de los intereses de sus colectividades en tanto ejercicio fundamentalmente *discursivo* abocado al desarrollo de una cultura que exprese el sentido y la identidad de la marca territorial, apelando a la sinergia de las experiencias, los saberes y los valores ostentados por los ciudadanos y los expertos.

Con todo, el vector de comunicaciones de *branding* se impone cual recurso estratégico dentro de la agenda democrática que signa los procesos de diseño, administración y gestión de la imagen de marca territorial, inclusive con visos de política de Estado y proyección internacional acorde con un posicionamiento deseado.

REESCRIBIENDO EL GUIÓN TERRITORIAL

A la usanza tradicional, la tarea de promoción de la inversión en un país supone, en primera instancia, la identificación de aquellos sectores productivos que ostentan mayor potencial y atractivo, encarnando los perfiles de negocios una herramienta idónea de información para el esbozo del inventario de requisitos legales exigidos al momento de desarrollar una actividad económica, lo mismo que para la presentación de los agentes que participan en el mercado en los roles de oferentes y demandantes.

Empero, de conformidad con lo expresado por Valls (1992), dado que al citar el nombre de una ciudad, una región o un país se configura de modo reflejo una imagen en la mente de las personas, por lo común sobre la base de las acciones comunicativas presentes o ausentes que definen una mayor o una menor intensidad, de entrada se hace perentorio diagnosticar el cúmulo de percepciones de los públicos internos y externos, al igual que sus esta-

dos de opinión, con respecto al territorio en cuestión.

Cada colectividad local es percibida de una manera por su administración, por las empresas y por las otras colectividades. Ella posee un número de imágenes que no tiene que ser el fruto de una comunicación pública. Estas imágenes resultan de acciones voluntarias y de la historia de la colectividad, pero también del lugar que ocupa el observador, el que percibe tal o cual imagen. Este fenómeno implica la necesidad para una colectividad local de aprehender sus imágenes, comprender cómo es percibida, para poder difundir la imagen que desea y crear a su alrededor un sentimiento de pertenencia (Benko, 2000, p. 71).

Ciertamente, se advierte en este apartado una suerte de asimilación teórica con las disquisiciones labradas por Joan Costa en torno al constructo de la imagen de la organización, extrapoladas a los efectos de este planteamiento al ámbito territorial. Como corolario, se pone de relieve un viraje en la apreciación del papel desempeñado por los activos intangibles dentro de la nueva cultura inmaterial y de interacción simbólica, toda vez que permiten crear un marco de referencia cognitivo para el procesamiento de información (Alloza, 2001, p. 214).

Siguiendo este hilo argumentativo, y ateniéndose estrictamente a la praxis, se asume entonces que las bondades de la disciplina del *branding* son aplicables al territorio, invocando ante todo su condición de elemento constitutivo de identidad y, por ende, portador de una *esencia expresiva* o *ADN corporativo* susceptible de encauzamiento analítico por intermedio de un corpus de variables:

- Cultura de marca, entendida cual reservorio de valores locales.
- Personalidad de marca, léase el conjunto de características propias del territorio.
- Proyección de marca, vale decir, la amalgama compuesta por la comunicación, la conducta y el diseño corporativos.

Estos rasgos subsumen dos caras de una misma moneda: el contenido (lo conceptual) y la forma (lo icónico, la fisonomía). Ambos permiten establecer señas diferenciadoras. Es así como, recurriendo a los presupuestos trazados por Luis Tejada Palacios (1992), el territorio equiparado a la organización sería impensable sin una identidad cultural como producto

“

En consecuencia, bien podría aseverarse que las maneras de ser y de hacer del territorio, que operan a través de sus habitantes/residentes en tanto máximos exponentes de credibilidad y valor añadido, constituyen el componente cualitativo más importante del discurso corporativo

”

codificado de una serie de conductas y sistemas normativos desde donde se piensa, siente y actúa.

He allí el contraste cuando, en no pocas ocasiones, la ordenación territorial se ha erigido cual dispositivo al cual recurren tanto los gobiernos locales como los agentes económicos con el ánimo exclusivo de capturar las rentas del suelo. Sin embargo, retrotrayendo a Serrano y Rubio (2008), a decir verdad convendría más superar esta concepción del territorio como mero *objeto* en favor de su visualización como *proceso* y, más allá, como *sistema cultural* cuya principal fuente de insumos reside en los signos de la representación colectiva de sus habitantes.

Los individuos y los grupos existen a través de vivencias de territorialización múltiples [...] Reconocer un territorio como “propio” implica que éste no sólo representa un espacio físico, sino que en él también se desarrollan prácticas de sociabilidad, en tanto es un lugar en que habitan personas, posibilitándose el encuentro entre ellas (Boisier, 2005).

Bajo esta perspectiva, tiene lugar la revalorización del territorio como “fenómeno de construcción corporativa”, dada su capacidad de autosimbolización constante. De allí la viabilidad de enriquecer las intervenciones destinadas a estimular el desarrollo regional abogando por una

verdadera discusión acerca de lo que la región/localidad quiere ser (visión prospectiva), en el marco de la confluencia de una vertiente racional (actividad productiva o *core business*) y una vertiente emocional (vocación para afrontar retos).

De esta manera surge el proyecto de marca territorial, entendido como el conjunto de propósitos que elaboran los representantes de un determinado *emplazamiento* territorial, de acuerdo con unos principios propios y unas políticas de acción específicas. Como tal, constituye un marco de referencia para saber hacia dónde dirigirse (imagen objetivo). En este sentido, la ruta a seguir (estrategia) ha de ser acordada por los diferentes actores participantes, y expresarse en la determinación del rol que cada uno de ellos debe cumplir.

Atendiendo a estas coordenadas, la articulación de los planos filosófico/cultural y funcional/estratégico del proyecto de marca territorial se aviene imprescindible con miras a controlar la intención de posicionamiento de imagen, amén de regular las relaciones con el amplio espectro de públicos.

En este contexto, la *endoimagen* tiene una incidencia si se quiere decisiva sobre la personalidad de la marca territorial, por cuanto depende en mucho del grado de satisfacción de los públicos internos con la región/localidad a la que pertenecen. En consecuencia, bien podría aseverarse que las maneras de *ser* y de *hacer* del territorio, que operan a través de sus habitantes/residentes en tanto máximos exponentes de credibilidad y valor añadido, constituyen el componente cualitativo más importante del discurso corporativo (Garrido, 2001, p. 156).

No en vano, las tendencias en curso en materia de sostenibilidad territorial parecieran otorgar cada vez mayor visibilidad y protagonismo a las comunidades organizadas, a pesar de coexistir con las corrientes opuestas conducidas desde los fueros de la globalización. Así las cosas, emerge en el horizonte la llamada “geometría de las redes socio-territoriales”, acicateada por los gentilicios o sentimientos de identidad además de las relaciones sinérgicas concertadas por lazos de vecindad o proximidad (Estaba, 2008).

Según esta nueva arquitectura *glocalizadora*, la comunidad asume un rol estelar como manifestación de los cambios que demarcan un desarrollo territorial afincado sobre las interacciones solidariamente comprometidas y el respeto de las diversidades biológicas, económicas y

culturales, en procura del beneficio social. Justamente, en este reducto incuba el imperativo de un reforzamiento de los intereses intrarregionales (representación de lo particular en lo colectivo), con efectos duraderos, motorizados alrededor de una visión del territorio negociada entre el municipio, la sociedad civil y la empresa privada.

De lo dicho hasta acá se deduce, entonces, que el éxito de mercadear un territorio para hacerlo atractivo (imagen) pasa por un proceso (planificación de comunicación estratégica) en el que los ciudadanos son partícipes y difusores (identidad), lo que apunta necesariamente al mejoramiento de su calidad de vida (infraestructura de servicios, ornamento y espacios públicos, fuentes de empleo), merced la concurrencia del Estado (políticas públicas) y el mercado (iniciativas de emprendimiento –PyMES y empresas consolidadas–, y más recientemente responsabilidad social corporativa-territorios socialmente responsables).

Visto así, no sería del todo osado vislumbrar aquí potenciales matices de cara a delinear el ejercicio de un posicionamiento emergente para Venezuela que trascienda la condición energética-minera en exclusiva, fundándose para ello en el concepto de la “descentralización desconcentrada”, con apalancamiento en las fortalezas intrínsecas de las comunicaciones de *branding* bajo la gestión integrada de cuatro flancos (ver cuadro 1).

Cuadro 1

CAPITAL TERRITORIAL

Lado Blando	Lado Fuerte
Cultura: imaginarios territoriales	Política: gobernanza territorial
Comunicación: <i>corporate</i> territorial	Economía: paradigma de desarrollo territorial

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 2

FACHADAS DE INTEGRACIÓN**EJES DE DESCONCENTRACIÓN**

Amazónica, Andina y Caribeña

Occidental, Orinoco-Apure y Oriental

Favorecerá el progreso de las zonas fronterizas y la comunicación con los países vecinos, sirviéndose de las grandes líneas fluviales y del transporte ferroviario, terrestre, aéreo y marítimo.

Regiones-programa cuyos recursos serán dirigidos a la ejecución de obras de infraestructura y de servicios públicos, a los fines de propiciar condiciones para la inversión privada.

Fuente: Plan de Desarrollo Regional 2001-2007.

REENCONTRANDO EL TERRITORIO EN VENEZUELA

Tratándose de Venezuela, una somera revisión histórica revela el diseño de un conjunto de políticas encauzadas a la consecución de un desarrollo regional equilibrado. En concreto, la década de los años 60 trajo consigo una avanzada signada por la denominada “desconcentración concentrada” que pretendía, mediante la atracción de inversiones desde las zonas prósperas y la creación de organismos promotores, alentar polos regionales periféricos y deprimidos.

Pese a estas buenas intenciones, poco fue lo que se consiguió en aras de modificar la configuración territorial del país, caracterizada por una excesiva concentración de la población y de las actividades económicas en el eje centro norte-costero, mientras que las áreas geográficas de Guayana y Los Llanos (centro y sur del territorio), en las que se localiza la mayor parte de los recursos naturales, apenas se hallan habitadas.

Llegada la *revolución bolivariana* en el año 1999, era previsible que la constatación de la realidad moviera la iniciativa del Gobierno del presidente Hugo Chávez por plasmar el Plan Nacional de Desarrollo Regional 2001-2007 (de por sí asomado en “La propuesta de Hugo Chávez ...para transformar a Venezuela. Una revolución democrática”, fechada en 1998), en el que a través de un nuevo intento suscrito como “descentralización

desconcentrada” se apuesta por una ocupación racional, armónica y eficiente del territorio para lograr una distribución de las actividades productivas conforme la vocación y el potencial de cada región. Se pretende de esta forma mejorar las inversiones y el ingreso sobre la base de sectores *dinamizadores*, entendiéndose pequeña y mediana industria, agricultura y agroindustria, minería, petróleo y petroquímica, turismo, e infraestructura y servicios.

En este sentido, la “descentralización desconcentrada” vendría a catalizar los intereses económicos y sociales liderados por la propia comunidad local, materializando un desarrollo desde adentro (endógeno) a través de redes de cooperación productiva ancladas en un territorio específico, con acceso a recursos para su promoción gracias a la facilitación del Estado en tanto máximo planificador de las líneas de desarrollo nacional.

En detalle, el desiderátum guiado por estos presupuestos busca privilegiar la consolidación de enclaves de desarrollo y la articulación de un sistema de ciudades para polarizar el crecimiento de la población, obedeciendo a la siguiente estructura (ver cuadro 2).

Adicionalmente, se estipula el emplazamiento de las zonas especiales de desarrollo sustentable (Zedes) para acoger a los llamados núcleos de desarrollo endógeno (NUDE), en la vía de fortalecer tejidos sociales y socioprodutivos que puedan aprovechar las potencialidades de los recursos naturales, conjugando la capacidad organizativa de las comunidades y de los agentes institucionales locales para alcanzar y mantener mejores niveles de calidad de vida.

Aparejado con esta línea de argumentación, en un documento posterior, a saber el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013, difundido públicamente luego de la reelección presidencial del año 2006, se acotan los criterios fundamentales del modelo productivo socialista. En este marco, el Estado se reserva el control de aquellas actividades productivas consideradas de valor estratégico para el desarrollo social y económico del país, perfilándose la riqueza petrolera como palanca para la edificación de una estructura económica conexas (industria básica no energética, manufactura y servicios básicos), y la profundización de la integración regional en los dominios suramericano y caribeño.

Por lo demás, el carácter endógeno del modelo productivo socialista privilegia los desembolsos que se traduzcan en em-

pleo, valor agregado a las materias primas disponibles y tecnología nacional. Apeándose a esta premisa, al menos desde el punto de vista retórico, las empresas del sector privado que busquen incursionar e insertarse en el mercado venezolano deberán aportar avances en materia de innovación, organización y experiencia, a fin de contribuir con el desarrollo nacional. En últimas, en aquellos casos en que estos factores no sean determinantes, el Gobierno nacional se inclinará por apoyar organizaciones del nuevo sector social de la economía (cooperativas, empresas de producción social y empresas socialistas).

He aquí precisamente una veta interesante de cara a los eventuales réditos que podría reportar una economía exportadora no petrolera conectada a las bondades de una economía social, integrando a las comunidades pobres en el mercado a través de la puesta en valor de los recursos endógenos con identidad cultural (denominación de origen).

De resultas, de los dictámenes del reordenamiento territorial en Venezuela cabe decantar un conjunto de ideas-fuerza para la eventual formulación, conducción y seguimiento de un modelo de marca territorial comunitaria, basando su gestión en la selección de atributos simbólicos clave desagregados a los efectos operativos por cuadrantes:

Cuadrante cultura: imaginarios territoriales

El desarrollo económico debe propender al florecimiento de la calidad de vida y la equidad social en las comunidades, por lo que se aviene fundamental la comprensión de las estructuras y las dinámicas locales, y más aún de la *geometría de las redes socio-territoriales*.

Retomando a Estaba (2008), lo anterior implica identificar el *súmmum de venezolanidad* en cada entidad territorial (sea un estado, un municipio, un barrio), a fin de organizarlo, impulsarlo y redefinirlo de ser preciso “según se vayan modificando los movimientos de personas y actividades económicas, las distancias, los tiempos y las relaciones con otros lugares”.

Con todo, se trata de capitalizar los rasgos idiosincráticos de los habitantes/residentes (sus modos de vida y creencias, sus formas de apropiación e interpretación del medio, su aparato simbólico y su mitología, sus tradiciones y *comportamientos organizativos*, entre los que se incluyen el lenguaje y los rituales), e incorporarlos como recursos estratégicos a la hora de promover el desarrollo.

“

He aquí precisamente una veta interesante de cara a los eventuales réditos que podría reportar una economía exportadora no petrolera conectada a las bondades de una economía social, integrando a las comunidades pobres en el mercado a través de la puesta en valor de los recursos endógenos con identidad cultural (denominación de origen).

”

Acogiéndose a esta tónica, la llamada *inteligencia territorial* luce como una herramienta ideal a la vista de los agentes públicos y privados para generar y compartir conocimiento bajo el enfoque de la investigación-acción participativa.

Cuadrante política: gobernanza territorial

Acompañar el proceso de desarrollo pone de manifiesto la demanda de capacidades de negociación para llegar a soluciones consensuadas en un plano caracterizado por la acción concurrente de dos ó más niveles de gobierno (nación, estados, municipios y consejos comunales), aunado a los esfuerzos de integración con otros países de la región.

Junto a las inversiones productivas adquiere acento propio el protagonismo de las colectividades territoriales sostenido sobre tres pilares según Ferrão (1995, p. 113): consolidación de una cultura cívica de base territorial y de acción colectiva (*civic empowerment*); la creación de instituciones de intermediación (*institutional building*), y la densificación de redes estimuladoras de procesos de transferencia de conocimientos –métodos– y de buenas prácticas –experiencias– (*learning society /learning territories*).

Cuadrante economía: paradigma de desarrollo territorial

La idea estriba en afinar una iniciativa compartida, previo diagnóstico de las ac-

tividades que definen el perfil de cada ámbito geográfico (circuitos económicos, eslabonamientos productivos, recursos humanos, técnicos, ambientales, culturales), sin descontar los cambios requeridos para fortalecer sus ventajas competitivas (construcción de un *entorno innovador* territorial).

Semejante planteo se traduce en la valorización de los procedimientos de diálogo y de concertación entre las entidades locales, los agentes externos y las empresas inversoras que participan en las acciones de desarrollo. A la vez, supone sincerar la transmisión de conocimientos, habilidades y destrezas a los cooperativistas, pequeños empresarios y nuevos emprendedores en las áreas de mercadeo, ventas, distribución, empaques y etiquetado, facturas y precios.

Se advierte aquí la puesta en relieve del sistema productivo regional (cadenas) en tanto parámetro de delimitación del ámbito de actuación, más que la demarcación establecida sobre la base de límites administrativos o políticos. Avanzar con este fin significa diseñar un *plan concertado* que supere los tiempos electorales para garantizar una verdadera representación de intereses y una visión más realista en cuanto a las metas por alcanzar, los medios por movilizar y los impactos por prever.

Articular la estrategia nacional de desarrollo con la promoción de inversiones en regiones seleccionadas implica, asimismo, fortalecer las relaciones y buscar espacios de mutuo beneficio entre los sistemas económicos locales y la *gran empresa*, en la medida en que esta última pueda satisfacer necesidades en áreas claves:

- Atención a las necesidades de segmentos de menores ingresos (particularmente en las áreas de alimentos, salud, medicamentos y educación).
- Ampliación del acceso a servicios básicos en zonas rurales y mejoramiento del aprovisionamiento en las ciudades (agua, electricidad, telecomunicaciones).
- Renovación de las redes de infraestructura vial, sanitaria y energética de manera que sean capaces de absorber las demandas de crecimiento y el ordenamiento territorial a escala nacional y regional, amén de la implementación de proyectos urbanos, equipamiento y espacios públicos.
- Programas de crédito para microempresarios y desarrollos habitacionales.
- Desarrollo de la infraestructura de telecomunicaciones. Esfuerzos enfocados hacia el incremento de la penetración y

la cobertura de la línea fija, la banda ancha y la telefonía móvil en todos los rincones del país.

Hoy por hoy, los territorios socialmente responsables (TSR) han empezado a despertar expectativas como un modelo de profundización de la responsabilidad social de las empresas, dado su énfasis en la dimensión comunitaria, las estrategias colaborativas y el contexto productivo.

Cuadrante comunicación: *corporate territorial*

Un eventual posicionamiento para Venezuela al tamiz del pensamiento del *socialismo del siglo XXI* como puntal de diferenciación, trasvasa la esfera del crecimiento económico (cuantía de los factores productivos) para condensarse en la mejora de las condiciones de vida de la población en general (calidad de los factores productivos). De aquí que la oferta de *servicios sociales* encarne un componente esencial del éxito para la promoción en los mercados objetivo (colocación de productos y atracción de inversiones).

Antes bien, el *leit motiv* “desarrollo humano sustentable” puede pivotar sobre siete vectores básicos (ver cuadro 3).

Cuadro 3

DESARROLLO HUMANO SUSTENTABLE	
– Apuesta por lo socialmente bien hecho	– Empleo digno, oportunidades de crecimiento personal/profesional, respeto por el medio ambiente, políticas urbanísticas no especulativas - acceso a la vivienda-, movilidad adecuada).
– Sinónimo de progreso y estabilidad	– Debe llevar consigo la ilusión de un futuro profundamente aspiracional, pero definitivamente posible.
– Punto de referencia del nuevo modelo de gestión sostenible	– Dinamismo de la actividad económica con respeto al ambiente.
– Vocación de proyección internacional con sensibilidad y valores humanos	– Solidaridad hacia los más débiles, justicia social.
– Hospitalidad	– País abierto, acogedor, lugar de encuentro para todo tipo de culturas.
– Conjunción de un pasado heroico con la modernidad de un paradigma alternativo	– Identificación con la tradición del civilismo democrático, ampliamente anclado en la memoria colectiva, con el fin de sustentar un ideario nacional de largo aliento.
– Calidad de vida	– Espíritu de integración regional y convivencia, cohesión interna y paz social.

Fuente: elaboración propia.

“

Un eventual posicionamiento para Venezuela al tamiz del pensamiento del socialismo del siglo XXI como puntal de diferenciación, trasvasa la esfera del crecimiento económico (cuantía de los factores productivos) para condensarse en la mejora de las condiciones de vida de la población en general (calidad de los factores productivos).

”

En la intencionalidad de estos propósitos superiores reposa la adhesión de sueños personales *comunicables* e insertados en una agenda pública, conformando un cuadro uniforme para pensar, percibir y valorar las metas de la marca territorial y los procesos para arribar a la consecución de sus objetivos.

AL FINAL, EL TERRITORIO

Es previsible que la economía venezolana continuará enfrentándose a sus retos habituales en pro de la construcción de un clima de negocios favorable a la inversión, léase, reducir los costos administrativos (burocracia), optimizar el sistema educativo, incrementar la confianza en las instituciones fundamentales, blindar la protección a la propiedad privada e incrementar la eficiencia del gasto público.

De ahí la conveniencia de agregar al listado de requerimientos la aplicación de una metodología de estudio empírico de la identidad de marca territorial (real e ideal), junto con el análisis estratégico de las fortalezas y debilidades (análisis interno), así como de las amenazas y oportunidades que presenta el ambiente externo (análisis de entorno).

En las *competencias* de las comunidades organizadas se reserva el potencial que significa entender las necesidades locales, pudiendo articular más efectivamente las acciones y responder con mayor flexibilidad a las oportunidades dada la cercanía administrador-administrados. Paralelamante, la confianza cumple un papel medular por su capacidad para disolver el miedo y la incertidumbre.

Un Estado y una sociedad que intenten ordenarse en forma democrática, pluralista y participativa, es decir, haciendo posible una nación en donde todos tengan cabida por diferentes que sean, requieren de la confianza como requisito indispensable para resolver las confrontaciones de intereses mediante el diálogo y la concertación, y para construir una cotidianidad que les posibilite el desarrollo social y económico en beneficio de toda la colectividad. Cuando la confianza desaparece o no existe, automáticamente emergen la confrontación antagónica y las soluciones de fuerza para resolver los naturales conflictos que se presentan en una colectividad plural, y las relaciones cotidianas se tornan inmanejables por mecanismos diferentes a la coerción, el amedrentamiento y la manipulación desde la fuerza y el poder (Pérez, 2006).

La creación comunitaria de marca territorial otorga la capacidad de *emprender* como un todo estructural o sistémico, auspicando la triangulación entre conocimiento, experiencia y emoción. Se trata de una aproximación comprensiva, que no prescriptiva. El reto entraña apalancar las identidades territoriales con sentido de pertenencia, culturizar nuevas generaciones y preservar la tradición territorial, para apuntalar un programa global endógeno y sostenible (Estaba, 2008).

■ **Agrivalca R. Canelón S.**
Comunicadora Social. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*. Profesora del Postgrado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.

Nota: Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional do IX Encontro dos Grupos/ Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

REFERENCIAS

- ALLOZA, A. (2001): La gestión estratégica de la marca. En: J. Villafañe (coor), *El estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica*. Informe anual 2001. (pp. 231-263). Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- BENEDETTO, A. (2006, julio-diciembre): *Nuevas alternativas para pensar el desarrollo de los territorios rurales. Posibilidades y riesgos*. Cuadernos de Desarrollo Rural. Pontificia Universidad Javeriana. Nº 57. pp. 101-131. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/117/11705705.pdf>
- BENKO, G. (2000): *Estrategias de comunicación y marketing urbano*. EURE. Pontificia Universidad Católica de Chile. Vol. 26, Nº 79. pp. 67-76. Disponible en: <http://www.eure.cl/medial/uploads/pdf/Doc0004.pdf>
- BOISIER, S. (2005, septiembre): *La imperiosa necesidad de ser diferente en la globalización: el mercadeo territorial. La experiencia de las regiones chilenas*. Disponible en: <http://www.redelaldia.org/IMG/pdf/1035.pdf>
- CABRERO, E., y PEÑA, J. (2006): *Instrumentos del New Public Management para construir una New Public Governance. El caso de los gobiernos locales en México*. p. 20. Disponible en: <http://www.premiomunicipal.org.mx/.../InstrumentosNewPublicGovernance.doc>
- DAL MOLÍN, R. (2007, noviembre): *Marketing en la gestión municipal. Un enfoque distinto en la planificación*. Informe 6. pp. 1-17. Disponible en: <http://www.dalmolinmarketing.com.ar/informe6.pdf>
- ELIASH, H. (2003): *Desarrollo Económico y Desarrollo Urbano: una aleación ineludible*. Disponible en: http://www.eliash.cl/blog/wp-content/uploads/2007/04/09_desarr_econom.pdf
- ESTABA, R. (2008, octubre): "Del caos a los territorios inteligentes". En: *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* (Serie documental de GeoCrítica). Universidad de Barcelona. Vol. XIII, Nº 800. Disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/b3w-800.htm>
- FERNÁNDEZ, G., y PAZ, S. (2005, junio): Hacia una nueva agenda de Políticas Públicas para el desarrollo: gestión urbana, identidad y participación ciudadana. III Congreso Argentino de Administración Pública Sociedad, Gobierno y Administración "Repensando las relaciones entre Estado, Democracia y Desarrollo". Disponible en: <http://www.ag.org.ar/3congreso/Ponencias/Fernandezg.pdf>.
- FERRÃO, J. (1995): "Colectividades territoriales y globalización: contribuciones para una nueva acción estratégica de emancipación". En: *Estudios Regionales*. Nº 43. pp. 101-116. Disponible en: <http://www.revistaestudiosregionales.com/pdfs/pdf473.pdf>
- FLORES, M. (2007, mayo): "La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible". *Revista Ópera*. Universidad Externado de Colombia. Bogotá, Colombia. Vol.7. Nº 7. pp.35-54. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/675/67500703.pdf>
- FRIEDMANN, R., y LLORENS, M. (2002): *Ciudadanización y empowerment: formas alternativas de participación ciudadana local*. Disponible en: <http://habitat.aq.upm.es/boletín/n19/arfri.html>
- GARRIDO, F. (2001): *Comunicación Estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- PÉREZ, T. (2006, septiembre): *Cómo incorporar la ética pública a la cultura organizacional de las entidades del Estado*. En: <http://www.revistaprobidad.info/>
- PLAN NACIONAL DE DESARROLLO REGIONAL 2001-2007. Ministerio de Planificación y Desarrollo. Despacho del Viceministerio de Planificación y Desarrollo Regional. Caracas – Venezuela. Diciembre de 2001.
- PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA NACIÓN 2007-2013. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. Caracas-Venezuela. Septiembre de 2007.
- SERRANO, E., y RUBIO, A. (2008, septiembre): "Lo que no se dice en los Planes de Ordenación Territorial: el caso de la Costa del Sol (España)". *Topofilia*. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora. Vol. 1, Nº 1. Disponible en: <http://www.topofilia.net/serrano-rubio.html>
- TEJADA, L. (1992): *Un marco teórico y metodológico para la identidad conceptual de las organizaciones*. Madrid, España: Joint Consultores.
- VALLS, J. (1992). *La imagen de marca de los países*. Madrid, España: McGraw-Hill.



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

La evaluación histórica de la enseñanza en comunicación

Abstract

The goal of this investigation is to compare the contribution of Latin American theorists relating to the professional formation of mass communicators with the evaluation of the professional and academic profiles and the objectives of the curricular plans that have been implemented at the School of Mass Communication of the University of Zulia (one of the oldest and most important universities of Venezuela). In regards to the methodology, a matrix, proposed by Morales and Parra (2006), was applied to analyze the professional profiles of mass communication programs, based on the input given by Vélchez (2004) for the qualitative evaluation of curricular documents and establishing their correspondence to the idyllic formation of communicators according to consulted authors. The results allow for the following conclusions: a) the University of Zulia School of Communications has ended up with an educational fraud by graduating communicators prepared solely for periodical production for massive supports of information, b) the remaining ethical agenda in Venezuela (reflection extends to the rest of Latin America) is to re-found, parting from the historical analysis of the characteristics of teachings in our mass communication schools, the curricular plans used, in accordance with the multi [inter] cultural scenarios in which communicators –not journalists– must be agents of social transformation and be prepared to face new social changes, new productions of meanings in a Latin American context of perpetual social noise and incertitude.

■ Johandry A. Hernández

*“Los comunicadores sociales son esfinges sin enigma, para usar la expresión de Rémy de Gourmont. Nadie más consustancial con los dechados de esta democracia en apuros: cabal producto de nuestro sistema educativo, hijo legítimo de las perversiones de nuestra educación pública gratuita y de acceso irrestricto. Sus ideas son un amasijo de Armand Mattelart y Marshal McLuhan”.*¹

IBSEN MARTÍNEZ



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

El reto ético de las escuelas de América Latina

Caso Universidad del Zulia, Venezuela



Resumen

El objetivo de esta investigación es comparar el aporte de los teóricos latinoamericanos sobre la formación profesional de los comunicadores sociales con la evaluación del perfil académico-profesional y los objetivos de los planes curriculares que se han implementado en la historia de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia (una de las más antiguas e importantes de Venezuela). Metodológicamente, se aplica la matriz de análisis de los perfiles profesionales de las carreras en comunicación social propuesta por Morales y Parra (2006), soportada en los aportes de Vélchez (2004) para la evaluación cualitativa de los documentos curriculares y establecer su correspondencia con el discurso de los autores consultados sobre el deber ser en la formación de comunicadores. Los resultados permiten concluir: a) la Escuela de LUZ ha reproducido un fraude educativo al graduar comunicadores preparados únicamente en la producción periodística para soportes masivos de información, b) la agenda ética pendiente en Venezuela (reflexión extensiva para el resto de América Latina) es refundar, a partir del análisis histórico de las características de la enseñanza de nuestras escuelas de comunicación social, planes curriculares acordes a los escenarios de multi [inter] culturalidad, en los que el comunicador –no periodista– debe ser agente de transformación social y estar preparado para enfrentar los nuevos cambios sociales y las nuevas producciones de sentido ante un contexto latinoamericano de perenne ruido e incertidumbre social.

I. INTRODUCCIÓN

¿Cómo [re]organizar la formación de los comunicadores sociales que requiere una sociedad de multi [inter]culturalidad² como la nuestra? La pregunta tiene trascendencia latinoamericana y circula en escenarios académicos desde hace al menos dos décadas pero la respuesta aún sigue sumergida en un presentismo que nada la conmueve ni sostiene.

La cita con la que se inicia este artículo refleja un desalentador diagnóstico y revela la pérdida del horizonte de sentido de la enseñanza de la comunicación en Venezuela y que es extensiva a toda Amé-

rica Latina. Este signo se reviste de una singularidad histórica, porque el pensamiento de los teóricos latinoamericanos desarrollado en las últimas décadas ha descrito fielmente cómo las escuelas de comunicación social se han convertido en espacios en los que se reproduce la sumisión de los saberes impuestos por la explosión de la mediática.

Particularmente, en Venezuela se ha demostrado que en algunas escuelas se imita el mismo paradigma de la formación instrumental vigente desde los años 70 que, en palabras de Morales y Parra (2006: 60), valida la racionalidad tecnológica, deshumaniza la práctica educativa

y excluye de la formación académica al pensamiento político que puede orientar el compromiso del comunicador con el desarrollo democrático y la ampliación de los derechos de ciudadanía.

En un estudio de estas mismas autoras, en 2006³, se demostró que en el país los programas de comunicación social de las universidades seguían negando dos referentes básicos e imprescindibles: 1) la coherencia del discurso de los teóricos latinoamericanos sobre cómo orientar el perfil académico de los comunicadores, 2) la ignorancia del contexto social al no incluir en los programas curriculares proyectos de carácter transdisciplinarios, con componentes éticos, estéticos, políticos y ciudadanos.

Ante esta realidad, dos premisas resultan pertinentes en el debate: una, planteada por Pasquali (1980: 48), que habla de la comunicación como un *factum* realmente esencial, intrínseco a la esencia misma del hombre como animal social y que resulta poco pertinente reducirlo a un discurso de comprensión de medios; y la otra, esbozada por López (1989: 17), que denuncia el predominante modelo de enseñanza carente de elementos metodológicos-conceptuales para captar y plantear el problema de la comunicación como una expresión de la esfera histórico cultural común a toda forma de vida y relaciones sociales.

Al menos en Venezuela, hay inconsistencias entre los perfiles académicos y profesionales declarados en los documentos curriculares y los contenidos que integran la formación del comunicador social. Es decir, que la actual crisis tiene su origen en las asimetrías axiológicas en la enseñanza de la comunicación.

Si ubicamos esta reflexión en el contexto latinoamericano actual, no se pueden obviar los temas que nos identifican y nos unen: la exclusión, la violencia, el secuestro, el hambre, la desigualdad, la represión, los retrocesos en la libertad y en la educación. La incapacidad por instaurar un modelo de bienestar ciudadano ha sumido al continente entero en una profunda crisis en el sistema político, social y requiere a un comunicador capaz de motorizar un proceso de renovación cultural.

1.1. El reto académico de las universidades en este siglo

Esta situación interpela al pensamiento político y los presupuestos en los que se intenta re [fundar], desde la academia, los estatutos epistemológicos a partir de los cuales se piensan los procesos comunica-

“

Al menos en Venezuela, hay inconsistencias entre los perfiles académicos y profesionales declarados en los documentos curriculares y los contenidos que integran la formación del comunicador social. Es decir, que la actual crisis tiene su origen en las asimetrías axiológicas en la enseñanza de la comunicación.

”

cionales. En este siglo, la universidad debe ser líder en la construcción de un proyecto del *saber hacer*, de producir un discurso y una práctica generadora de alternativas frente a los profundos desequilibrios de las instituciones sociales de las democracias latinoamericanas, y frente a su propia crisis, la de un sistema educativo urgido de construir un nuevo paradigma que oriente su concepción filosófica, y en consecuencia, pueda crear los fundamentos para la producción del conocimiento acordes con la realidad de crisis mundial actual.

Las universidades latinoamericanas y su dinámica educacional han de hilar una práctica consistente con el discurso postmoderno, a partir de la cual se instaure una verdadera polifonía cultural como noción de diversidad, que se opone al tema de la uniformación del mundo instaurado por la avasallante globalización y legitimada por la dinámica mercantilista de las empresas editoriales e informativas.

Este reto académico debe vincular un acucioso análisis de la postura de los teóricos latinoamericanos sobre la enseñanza de la comunicación con una revisión histórica-cualitativa de las características del proceso de enseñanza de las más importantes escuelas de comunicación social en América Latina, porque el estudio de sus dinámicas historiográficas podrá servir de referente teórico y metodológico para la re-

flexión sobre el diseño prospectivo de las prácticas educativas que están por instaurarse.

El objetivo de esta investigación se centró, precisamente, en el desarrollo de esos dos aspectos: por una parte, se analizó el pensamiento de los autores latinoamericanos más importantes y se vinculó con la evaluación de las características de la enseñanza, desde 1980 hasta 2007, delineadas en los perfiles profesionales y en los objetivos de los planes curriculares, de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia (LUZ), una de las más antiguas⁴ e importantes de Venezuela.

Actualmente, el debate sobre qué enseñar en comunicación sigue más vigente que nunca. Dar luces a esa histórica inquietud pasa por la revisión inaplazable de nuestra tradición educativa, pues en la revisión retrospectiva encontramos las causas de nuestros errores, el momento justo de nuestros desaciertos y las ideas para emprender nuestra lucha contra la tecnocracia educativa.

2. POSTURAS TEÓRICAS DE LOS TEÓRICOS LATINOAMERICANOS SOBRE ENSEÑANZA EN COMUNICACIÓN

2.1. Origen y signos de la dispersión académica

La crisis del paradigma positivista ha propiciado, desde mediados de los años 80, un intento por plantear el fenómeno de la comunicación como un eje de intermediación entre la política y la democracia, en el que lo fundamental en su definición no es la técnica y su vislumbrante alcance hipnotizador, sino pensarla como un hecho conexo con las raíces culturales propias de cada sociedad.

A juzgar por los hallazgos de la investigación de Morales y Parra (2006), el perfil del comunicador social venezolano está absolutamente difuminado. Se demostró en el estudio una preeminencia actual del enfoque instrumental en la formación del comunicador social en la Escuela objeto de estudio en este trabajo, y la nula formación humanística⁵. Esto ha provocado un profundo vacío epistemológico y una escasa formación crítica en la carrera. Sería pertinente exhortar a nuestros pares latinoamericanos a indagar si esta realidad se reproduce—con sus particulares signos—en nuestros países hermanos.

Esta desconstrucción de la formación del comunicador social impide atender la dimensión de multi[inter]culturalidad propia de la comunicación—desarrollada am-

pliamente por Martín-Barbero (2002)—pues reproduce un engeguemiento y la incapacidad por interpretar los espacios y las temporalidades en las luchas y tensiones de los actores sociales, tamizado a su vez, por una hiperrealidad mediática que intenta, con éxito, señalar la manera en cómo deben resolverse los asuntos propios de la alteridad, la identidad y la representación de la cultura.

El propio Martín Barbero (2002) ha dedicado gran parte de su extensa obra a denunciar la dispersión académica en los estudios de comunicación social en América Latina. A juicio de Marques (2001), la ausencia de tradición interdisciplinaria en nuestras universidades, estructuradas como “conglomerados de facultades” inviabilizó la circulación de los estudiantes por las áreas conexas y se estrechó la grilla curricular en función de las disponibilidades existentes.

Otra dificultad fue la ausencia de investigación institucionalizada, a pesar de que en los 70 el cambio de nombre a escuelas de comunicación social obedecía, principalmente, a la intención del fomento de la investigación sistematizada en el área, lo que produjo conflictos entre las universidades y las corporaciones mediáticas.

El resultado fue la inhibición de la creatividad universitaria y la improductividad de los currículos, pensados de forma centralizada para darle vigencia al modelo comunicacional inspirado por el mercado de trabajo. La pérdida de la identidad académica de los comunicadores se debió a una agrupación de los estudios relacionados con el periodismo, la propaganda, el entretenimiento y la televisión.

Marques (2001) asevera que las funciones esenciales de los *mass media* en las instituciones sociales fueron las agrupaciones de estas categorías en el segmento de las *ciencias sociales aplicadas* y sus cuadros de referencia se encontraban en el centro del sistema productivo, es decir, la industria cultural. La síntesis que sigue resulta, por demás, ilustrativa:

“A partir de los años 70, las universidades adoptaron el modelo del comunicador polivalente. Se eliminó la autonomía de los carreras profesionalizantes (periodismo, cine, relaciones públicas, publicidad, etc.), reducidas a habilitaciones artificialmente agregadas a un “megacurso” de comunicación social. En menor escala, esa directriz correspondió al perfil del comunicador polivalente hispanoamericano” (Marques, 2001: 28).

“

Las señas de la desorientación se reúnen, pues, en varios desaciertos: la simulación, la imposición del mercado laboral, la confusión del concepto de comunicación con prácticas inherentes a esos medios y la investigación de aspectos culturales por moda.

”

Al permitirle al mercado de trabajo la organización de los perfiles profesionales de los comunicadores se produjo una dispersión académica, un desconcierto de la enseñanza. En palabras de Fuentes (1999: 54), se perdió en nuestro continente la profundidad ideológica, el poder de las creencias que orientaran las búsquedas del *sentido* de la comunicación. Según este investigador, se abandonaron las premisas críticas de la investigación, ante la dispersión de enfoques sobre las múltiples mediaciones culturales de las prácticas sociales.

Las señas de la desorientación se reúnen, pues, en varios desaciertos: la simulación, la imposición del mercado laboral, la confusión del concepto de comunicación con prácticas inherentes a esos medios y la investigación de aspectos culturales por *moda*.

He aquí el conglomerado de los signos de la crisis. Se pudiera agregar otro, señalado por Martín Barbero (2002: 12), quien aduce que el lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural. “La tecnología remite hoy no a unos aparatos, sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras” (Idem).

Se produjo así una distorsión que aún padecemos. Fuentes (1999: 54) explica que las temáticas asociadas a la globali-

zación y las tecnologías digitales exigieron la ruptura de casi todos los supuestos teórico-metodológicos, epistemológicos y, sobre todo, ideológicos, que habían sostenido la investigación de la comunicación en las décadas previas.

Ante tal diagnóstico, Morales y Parra (1997) apelan a la crítica como recurso indispensable del conocimiento que la universidad no debe abandonar, ya que esto garantiza la producción de nuevos sentidos, de nuevas prácticas, de nuevas relaciones sociales que interactúen con las vigentes en la sociedad.

2.2. ¿Cuál confusión?

Rescatar el sentido de la utopía

Martín Barbero (2002) define la comunicación como un espacio de deliberación pública, una perspectiva que aún no se entiende en las escuelas de comunicación social. Otros autores como López Veneroni (1989), Sánchez Ruiz (2002) y Marques (2001) exhortan a la construcción de un espacio para la discusión crítica sobre los preceptos conceptuales y metodológicos que sostienen el modelo de enseñanza basado en la frondosidad curricular (enfocado en la técnica) y descubrir y desligar otras disciplinas a partir del fenómeno comunicativo.

Lanz (2000) coincide con la visión de Martín Barbero (2002) en tanto que la comunicación va en dirección de tejer la noción del espacio público. Marques (2001) expone que la comunicación social es *perse* de vocación inter y transdisciplinaria, en tanto que sus objetivos están enraizados en el territorio de otras disciplinas que conforman el universo científico.

El trabajo por adelantar se centra en entender que el hecho de que los bienes culturales fluyan a través de soportes mediáticos y penetren el tejido social, no significa que haya implícitamente un proceso comunicativo. Cuando esta *particularidad* se entienda y asimile en nuestras escuelas (hablamos más propiamente del caso venezolano), podríamos augurar que comenzaría a ocurrir algo, el indicio de una renovación profunda.

En este trabajo se rechaza el precepto de confusión. El discurso de los teóricos latinoamericanos es suficientemente amplio, suficientemente consistente: las dinámicas mediáticas y sus entramados no son comunicación. El reto es cómo desmontar pragmáticamente tales presupuestos en nuestras escuelas de comunicación.

Marques (2001:30) aboga por la implementación en nuestros currículos de la adopción de estrategias pedagógicas para

no yuxtaponer conceptos, procesos y contenidos. Por otra parte, y siguiendo con las ideas del mismo autor, un buen punto de partida para la renovación debe ser la organización del currículum con base en el entorno local/regional en que están situados los cursos. “A fin de cuentas es en las industrias/servicios de la ciudad/región que los nuevos profesionales buscarán el primer empleo” (Ídem, 29).

El autor es defensor de la tesis del recorte de la duración de la carrera apoyado en el argumento de que las experiencias ensayadas en otros países demuestran que los oficios mediáticos pueden ser enseñados y aprendidos en la universidad en régimen de corta duración.

Otros autores exhortan a una sinceración de la carrera y enseñar sólo periodismo. Sin embargo, tal visión reduccionista no se erige como la salida, porque existen demandas sociales que apuntan a la posibilidad real de enseñar efectivamente al país a dialogar. La crisis del periodismo venezolano tiene su germen en la ausencia de valores, en la transfiguración humanista hacia lo tecnicista: el resultado ha sido la polarización y la incapacidad de, como diría Martín Barbero, poner este roto país a comunicarse.

Apelar a la idea de Fuentes (2000) de recuperar el sentido de la utopía de perdurabilidad y calidad se convierte en una alternativa. La denuncia del sistema educativo debe estar en el primer orden de nuestras prioridades, pues acusar y derribar ese fraude sirve de desideratum para dar al traste con la pasividad con la que se han asumido determinadas visiones del mundo. “El potencial del estudio de la comunicación, en suma, converge directamente, y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades” (Fuentes, 2000: 54).

La comunicación requiere de una reintegración de la diversidad política, cultural y ciudadana de los agentes del proceso, de esta manera se entenderá que la acción comunicativa se fundamenta en prácticas sociales y no instrumentales.

Se insiste en que la agenda ética pendiente exige la revisión total de los fundamentos a partir de los cuales las escuelas de comunicación social organizan la formación de comunicadores. Este proceso impone un profundo análisis de la concepción educativa de la cual parte el proyecto curricular, la definición clara de los perfiles profesionales y objetivos de la carrera, además de crear una coherente relación entre éstos y la construcción del plan

“

La comunicación requiere de una reintegración de la diversidad política, cultural y ciudadana de los agentes del proceso, de esta manera se entenderá que la acción comunicativa se fundamenta en prácticas sociales y no instrumentales.

”

de estudios, ante todo, fundamentado en la axiología. En palabras de Fuentes (2000: 16):

“La urgencia de una reafirmación ética de los estudios sobre la comunicación, en la búsqueda prioritaria de un marco de interpretación que, por una parte, reintegre conceptual y metodológicamente la diversidad política, cultural y existencial de los agentes de la comunicación, y por otra permita imaginar las dimensiones de la acción comunicativa en términos constitutivos y no sólo instrumentales de las prácticas sociales”.

La comprensión de la comunicación como ejercicio social es una tarea central en nuestros días. El desafío de la formación de profesionales de la comunicación se formula a partir de la renovación de la comunicación como proyecto social, en el que la elaboración de “una nueva moralidad” (Fuentes, 2000: 20), se fundamente en una comunicación para la verdad, la libertad y la justicia, que se rebele contra la imposición de monoétnias (nacionales y transnacionales) y respete las identidades culturales, las múltiples formas de sociabilidad del hombre.

3. UN ESBOZO METODOLÓGICO

Para el análisis de los perfiles profesionales y los objetivos de los planes curriculares de la Escuela de Comunicación Social de LUZ se tomó como antecedente una investigación más amplia de Hernández

(2007) en la que segmenta la historia de las características de la enseñanza de esta Escuela en cinco periodos: la Escuela de Periodismo (años 60), la Escuela de Comunicación Social de los años 70, la crisis académica y administrativa de la Escuela de los años 80, la reforma curricular de 1995 y el espíritu de la reforma de 2007.

El siguiente paso consistió en la búsqueda de los documentos curriculares en los que se definían los perfiles profesionales y los objetivos de la carrera para constatarlos con la *matriz de análisis para la evaluación cualitativa de los documentos curriculares*, propuesto por Morales y Parra (2006). La intención del análisis es demostrar cómo la definición de los perfiles de la carrera aparece declarada y cómo, mediante la reflexión documental de los autores consultados sobre enseñanza de la comunicación, el perfil recibe influencia de tres tipos: a) axiológicas (valores) que sustentan el currículo y que pueden ser éticos (bondad), estéticos (belleza) y jurídicos (equidad, justicia); b) influencia epistemológica, se refiere al origen, naturaleza y conocimiento en el área de la comunicación y c) el contexto social que influencia el currículo y se nutre de dos tipos: factores contextuales amplios (sociales, económicos, políticos, culturales; y b) factores del entorno inmediato cercano (local) (Morales y Parra, 2006; Vilchez, 2005: 53-56).

El análisis que se presenta es esencialmente cualitativo. La propuesta de los académicos latinoamericanos sobre el *deber ser* de la formación del comunicador social fundamentaron las tres categorías de análisis descritas anteriormente.

Para complementar el análisis, se define la concepción de perfil que se adopta en este estudio. El perfil académico se define “como una síntesis enjundiosa de aquello que se espera que el egresado sienta, piense y haga al finalizar los estudios como resultado del proceso formativo” y el perfil profesional se restringe “a los conocimientos prácticos y aplicados, así como a las habilidades y destrezas que garantizan el ejercicio profesional idóneo” (Vilchez, 2005:52).

Considerando que la investigación toma como referente algunos aspectos de la evaluación curricular, se recurrió a la definición de Vilchez (2005: 99): “La evaluación curricular es el proceso participativo de delinear, obtener y analizar información útil para contrastarla con un padrón, con el propósito de juzgar y tomar decisiones alternativas respecto a la concepción,

estructura, funcionamiento y resultados del currículum”.

Una de las principales dificultades fue conseguir los documentos oficiales en los que se definían los planes de estudio y sus objetivos. No se encontró registro alguno sobre la Escuela de Periodismo de los años 60 ni de la Escuela de los años 70⁷. El antecedente más remoto fue el plan de estudio de 1980 y a partir de éste se hicieron las evaluaciones. El análisis se centró, entonces, en la evaluación del perfil profesional de la carrera y sus objetivos en los planes curriculares de los años 1980, 1985 y 1995, años en los cuales se implementaron los cambios de currículum en la Escuela de Comunicación Social de LUZ.

4. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA OFERTA ACADÉMICA ENTRE 1980, 1985 Y 1995

4.1. El plan de estudios de 1980

La primera parte del plan de estudio de 1980 se centra en la conceptualización de la carrera y de los perfiles profesionales de las menciones que la integran (periodismo impreso, periodismo audiovisual, publicidad y relaciones públicas, diagramación e investigación de la comunicación).

El perfil académico y profesional de la licenciatura en comunicación social se define de la siguiente manera:

Egresar a un profesional especializado en el conocimiento del proceso de la comunicación de masas, que *satisface la necesidad social de la información*, sujeto a normas éticas y político-editoriales de las empresas de difusión colectiva. *Elabora mensajes para transmitirlos al público a través de los medios de difusión masiva* (Pensum de Comunicación Social, 1980: 5) [cursivas nuestras].

Revísese, a su vez, cada definición del perfil profesional por menciones, presentados en la tabla 1.

De estas definiciones destacan los perfiles de las menciones de periodismo impreso y periodismo audiovisual, pues su fin central es la elaboración de mensajes masivos para satisfacer la demanda social de información. Se observa también un reconocimiento al soporte técnico como herramienta indispensable para el desarrollo de la actividad periodística.

En segunda instancia, las menciones de relaciones públicas y publicidad lucen separadas, independientes una de la otra, cuando en realidad se impartían simultá-

Tabla 1. Definición de perfiles profesionales de la carrera de comunicación social de LUZ en 1980

Periodismo	Es un profesional que participa en la <i>elaboración de mensajes</i> públicos, noticiosos o de opinión, destinados a ser difundidos por medio de la comunicación social (sic). Esta participación puede ser de carácter creativo o seleccionado mediante la búsqueda, redacción, presentación, diseño, titulación o ilustración fotográfica o cualquier otro tipo de actividad <i>que demande de un medio técnico</i> , sobre acontecimientos de interés público.
Comunicador Gráfico	Expresa o ilustra una idea mediante la aplicación del diseño y las diversas técnicas de impresión.
Periodismo Audiovisual	Es el profesional capaz de concebir, planificar, realizar, producir y dirigir la <i>elaboración de mensajes</i> en serie o aisladas, tanto de carácter informativo o de opinión, destinados a satisfacer la necesidad social de la información, mediante medios como fotográficos, radiofónicos, cinematográficos, televisivos o combinación de alguno de ellos.
Relacionista Público	Planifica e <i>implementa campañas de relaciones públicas</i> con el objetivo de difundir imágenes de personas, empresas o instituciones oficiales o privadas y crear una opinión pública favorable hacia ellas.
Publicista	En base a los análisis de los resultados de las investigaciones del mercado publicitario y de los consumidores actuales y potenciales, <i>elabora campañas publicitarias</i> tendientes a <i>motivar una acción de compra</i> de bienes o servicios.
Investigación de la Comunicación	Es el profesional de la comunicación social que despliega un proceso de <i>producción de conocimiento</i> signado por las condiciones históricas en las cuales se desarrolla y utiliza como materia prima para <i>ese conocimiento una realidad comunicacional</i> que constituye una instancia para el ejercicio del poder en nuestra sociedad. <i>Es concebido como agente de una acción transformadora</i> y analiza críticamente los diversos factores que <i>intervienen en el proceso comunicacional</i> , aporta elaboraciones teóricas y realiza diferentes tipos de experiencias investigativas sobre comunicación.

Fuente: Pensum de Comunicación Social de LUZ de 1980. [cursivas nuestras]

neamente para otorgar el título universitario de Licenciado en Comunicación Social, mención Publicidad y Relaciones Públicas.

En el perfil profesional del relacionista público se define una prioridad: trabajar para el mejoramiento y construcción de una imagen favorable para una persona o institución. En el caso de los publicistas, su objetivo primordial era promover actitudes de compra en los consumidores o trabajar en la búsqueda de ese propósito.

La mención de investigación de la comunicación es la única que tiene un perfil más apegado al nombre de la carrera, pero

luce aislada, como una entidad independiente, que nada tiene que ver con la carrera en la que se inserta, ya que en la definición de la comunicación social de este plan de estudio se le concibe como una práctica *meramente periodística*, enfocada en la *producción de mensajes*.

Esta mención formula una idea innovadora para la época y estipula la creación del perfil de un profesional capacitado para provocar una transformación comunicacional de su entorno, a través de técnicas de investigación, al tomar en cuenta, incluso, las condiciones históricas de la sociedad en la que se desempeñan.

4.2. Análisis de los objetivos del plan de estudio de 1980

El currículum de 1980 contemplaba dos grandes áreas de formación divididas por un ciclo común y un ciclo de especialización. El primero estaba constituido, según el documento, por materias fundamentales para la formación y estaba dividido por tres áreas: formación social, ciencias de la comunicación y materias relativas a lo técnico profesional. El segundo ciclo estaba constituido para la formación específica profesional, según cada mención.

Este plan de estudio se propuso unos objetivos específicos para cada mención. En el siguiente cuadro, se ofrece un contraste entre alguno de los objetivos planteados en cada ciclo (común y de especialización) y los de cada mención, con el propósito de evaluar su alcance y concordancia (ver tabla 2).

Este régimen de estudio plantea una enseñanza de la comunicación enfocada principalmente en las destrezas técnicas, de carácter especializante. Pudiera afirmarse que en este periodo de la historia de la enseñanza en esta Escuela se acentúa la formación fundamentada en los saberes técnicos.

El ciclo común se diseñó para inmergir al estudiante con conocimientos sobre las ciencias sociales y ciencias de la comunicación y para “demostrar capacidad de análisis y síntesis” (Pensum de la Escuela de Comunicación Social, 1980: 4). Se subraya también un interés por la formación de tipo político, social y económico, reforzada en el área de formación social.

El plan de estudio de 1980 se caracterizó por ser mayormente especializante, en la formación de un profesional instruido para la técnica. Esta aseveración se sustenta no sólo a partir de los enunciados demarcados en los objetivos de cada ciclo, sino que se contrasta esa declaración cualitativa con la información cuantitativa presentada por el propio documento estudiado.

Tal como se define en el propio documento, en el ciclo común la formación social está conformada por 8% de las cátedras, el área de ciencias de la comunicación, 28% y el área de la formación técnico-profesional por 48%. Dentro del plan global de enseñanza, la formación social representa 14%, ciencias de la comunicación, 16% y formación técnico-profesional, 28%.

En el ciclo especializante, todas las menciones de la carrera están integradas en 58% por cátedras dirigidas para el ciclo

Tabla 2. Objetivos de los planes común y especializante del pensum de 1980

Ciclo común	Formación Social	Conocer e interpretar los <i>procesos económicos, políticos, sociales y culturales</i> referidos a la situación latinoamericana y venezolana [...]
	Ciencias de la Comunicación	<i>Comprender el fenómeno de la comunicación como proceso y como resultado</i> , desde un punto de vista pluricausal; <i>conocer y aplicar las técnicas sociológicas, psicológicas y semiológicas al estudio del proceso de comunicación [...]</i>
	Técnico-profesional	<i>Conocer e implementar las técnicas de expresión periodística con vista a su aplicación en cada campo específico; conocer las bases teóricas y prácticas para el manejo de medios audiovisuales [...]</i> <i>conocer las bases de la investigación de los procesos de comunicación social.</i>
Ciclo especializante	Periodismo	<i>Usar de forma eficiente y precisa los procedimientos de búsqueda, redacción, titulación y elaboración de noticias, interpretaciones y opiniones; conocer las técnicas de diagramación, técnicas fotográficas vinculadas al campo periodístico [...]</i>
	Periodismo Audiovisual	Conocer en forma teórica y práctica el <i>manejo y uso de los medios audiovisuales</i> para aplicarlas al campo de la información y la creación.
	Diagramación	Emplear <i>debidamente los procedimientos del diseño</i> y las probabilidades de los materiales para encontrar soluciones a la idea que se desea expresar gráficamente.
	Publicidad y Relaciones Públicas	<i>[...] demostrar un constructivo y definido espíritu crítico sobre el papel de la publicidad y las relaciones públicas; demostrar una actitud positiva hacia la publicidad y relaciones públicas como profesionales universales y no exclusivamente al servicio de un sistema social determinado.</i>
	Investigación de la Comunicación	Utilizar un <i>enfoque teórico-metodológico que articule el fenómeno comunicacional al contexto global</i> de un estudio científico y crítico de la sociedad venezolana y latinoamericana; <i>demostrar la capacidad para la realización de trabajos interdisciplinarios</i> sobre la difusión masiva (...); <i>comprender la problemática epistemológica actualmente presente en las Ciencias Sociales</i> y las alternativas teóricas planteadas como solución.

Fuente: Pensum de Comunicación Social de LUZ de 1980. [cursivas nuestras]

común y el restante 42%, para el ciclo de especialización.

Pudiera pensarse que hay un marcado interés por la formación enfocada en la preparación por las ciencias de la comunicación y los conocimientos de formación social. No obstante, recuérdese que dentro del ciclo común hay un área de for-

mación técnico-profesional, que como se ilustró en el cuadro, tiene como propósito la implementación de las técnicas de expresión periodística con vista a su aplicación en cada campo específico.

Al sumar el porcentaje del área de formación técnico-profesional, del ciclo común, que es de 28% y el del ciclo espe-

cializante, de 42%, alcanza el 70% de formación meramente técnica en la carrera de comunicación social, en cualquiera de las menciones.

Un caso de excepción se presenta con la mención investigación de la comunicación, pues es la que más se ajusta a las declaraciones planteadas en los objetivos. En el ciclo común hay un interés por el reforzamiento de la formación sociopolítica y de las ciencias de la comunicación.

Al adentrarse en el ciclo de la especialización, el objetivo se centra en implementar un enfoque teórico-metodológico que articule el fenómeno comunicacional al contexto global. Hay coherencia en el discurso, en los objetivos planteados para la mención.

Resalta también el hecho de que en 1980 había una preocupación (detectada en los objetivos de esta mención y mostrados en el cuadro) por el fomento de trabajos interdisciplinarios sobre la difusión masiva, e incluso se exhortaba a comprender la problemática epistemológica presente en las ciencias sociales, debate aún presente en la actualidad. Se notaba un interés por ampliar el rango de la comunicación y no circunscribirlo únicamente al fenómeno de los medios de difusión masiva.

4.3. El plan de estudios de 1985

Durante esta modificación curricular, se propuso definir un nuevo perfil sobre la carrera de comunicación social y se delinean tres menciones específicas: periodismo impreso, periodismo audiovisual y publicidad y relaciones públicas. Al respecto, el perfil académico y profesional en la carrera de comunicación social se definió de la siguiente manera:

“En esta carrera se forma a un egresado especializado en el conocimiento del proceso y efectos de la comunicación de masas, que satisface la necesidad social de la información, sujeto a no sólo normas éticas, sino también a normas políticas editoriales de las empresas de difusión colectiva, y elabora mensajes para transmitirlos al público por medio de los medios de difusión masiva” (Pensum de Comunicación Social, 1985: 3”). [cursivas nuestras]

Se definen, separadamente, los perfiles profesionales de las diferentes menciones. Presentamos los conceptos en la tabla 3.

Comparativamente, no se registraron cambios sustanciales de este pensum de estudio con el de 1980. Al contrario, existen evidentes similitudes en casi todas las definiciones de los perfiles. La fundamen-

Tabla 3. Definición de perfiles profesionales de la carrera de comunicación social de LUZ en 1985

Periodismo Impreso	Es la persona profesional que participa en la <i>elaboración de mensajes públicos, noticiosos o de opinión</i> , destinados a ser difundidos por medio de la comunicación social (sic). Esta participación puede ser de un carácter creativo o seleccionador mediante la <i>búsqueda, redacción, presentación, diseño, titulación o ilustración fotográfica</i> o cualquier otro tipo de actividad que demande el medio técnico en uso, sobre hechos de interés público.
Periodismo Audiovisual	Es el profesional capaz de concebir, planificar, realizar, producir y dirigir la <i>elaboración de mensajes</i> en serie o aisladas, tanto de carácter informativo o de opinión, destinados a satisfacer la necesidad social de la información, mediante medios como fotográficos, radiofónicos, cinematográficos, televisivos o combinación de alguno de ellos.
Relacionista Público	Es el profesional capacitado para <i>comprender y aplicar los principios y procesos de la comunicación, investigar las actitudes de los públicos y su relación con las instituciones públicas y privadas</i> , planificar y programar las estrategias de comunicación e información, orientar y supervisar la comunicación dirigida a públicos. Es un profesional que debe convertirse en agente de cambio y transformación social, asumiendo una posición crítica frente a los procesos comunicativos mediatizados.
Publicista	En base a los análisis de los resultados de las investigaciones del mercado publicitario, de la publicidad y de los públicos objetivos, <i>planifica e implementa campañas con el propósito de lograr la aceptación de productos, servicios, instituciones públicas o privadas</i> , e ideas que puedan contribuir a la solución de un problema económico y social. El publicista deberá ejercer su profesión observando los principios éticos relacionados con el mal uso y abuso de la publicidad.

Fuente: Pensum de Comunicación Social de 1985 [cursivas nuestras]

tación se basa en términos de delinear la profesión exclusivamente a la actividad periodística, incluso a un término tan amplio como comunicación se le circunscribe a parámetros como la ética periodística, y lo más restrictivo aún, a normas empresariales emanadas por los consorcios editoriales y mediáticos.

No ofrece una concepción acorde y ajustada al fenómeno de la comunicación social, sino que asoma una somera descripción del profesional a formar. Lo mismo ocurre en el caso de las menciones. A continuación, véase el siguiente cuadro comparativo entre los perfiles de 1980 y 1985 (ver tabla 4).

No se produjeron mayores modificaciones entre los dos planes de estudio: buscar, confeccionar, procesar y difundir información periodística de forma masiva

sobre cualquier tipo de plataforma tecnológica. Las declaraciones son exactamente iguales, idénticas, sin modificaciones.

Se observa un leve cambio en los perfiles del publicista y del relacionista público. En el primero, se modifica la intención planteada en el pensum de 1980, que se enfocaba en formar a un profesional preocupado por el fomento de la compra de productos y propiciar la búsqueda de clientes y consumidores.

En esta modificación, se incluyen aspectos más amplios como el trabajo en instituciones públicas y privadas. En el caso del relacionista público se amplía su campo de actuación, al involucrar su ejercicio profesional con otras áreas en el mercado laboral. Igualmente, se declara que debe convertirse en un agente crítico

Tabla 4. Cuadro comparativo entre los perfiles académicos y profesionales de los pensum de estudio de comunicación social de LUZ entre 1980 y 1985

Perfil	1980	1985
Definición del perfil académico y profesional	Egresar a un profesional especializado en el conocimiento del proceso de la comunicación de masas, que satisfice la necesidad social de la información, sujeto a normas éticas y político-editoriales de las empresas de difusión colectiva. Elabora mensajes para transmitirlos al público a través de los medios de difusión masiva.	En esta carrera se forma a un egresado especializado en el conocimiento del proceso y efectos de la comunicación de masas, que satisfice la necesidad social de la información, sujeto a no sólo normas éticas, sino también a normas políticas editoriales de las empresas de difusión colectiva, y elabora mensajes para transmitirlos al público por medio de los medios de difusión masiva.
Periodismo	Es un profesional que participa en la <i>elaboración de mensajes</i> públicos, noticiosos o de opinión, destinados a ser difundidos por medio de la comunicación social (sic). Esta participación puede ser de carácter creativo o seleccionado mediante la búsqueda, redacción, presentación, diseño, titulación o ilustración fotográfica o cualquier otro tipo de actividad <i>que demande de un medio técnico</i> , sobre acontecimientos de interés público.	Es la persona profesional que participa en la <i>elaboración de mensajes</i> públicos, noticiosos o de opinión, destinados a ser difundidos por medio de la comunicación social (sic). Esta participación puede ser de un carácter creativo o seleccionador mediante la búsqueda, redacción, presentación, diseño, titulación o ilustración fotográfica o cualquier otro tipo de actividad que demande el medio técnico en uso, sobre hechos de interés público.
Periodismo Audiovisual	Es el profesional capaz de concebir, planificar, realizar, producir y dirigir la <i>elaboración de mensajes</i> en serie o aisladas, tanto de carácter informativo o de opinión, destinados a satisfacer la necesidad social de la información, mediante medios como fotográficos, radiofónicos, cinematográficos, televisivos o combinación de alguno de ellos.	Es el profesional capaz de concebir, planificar, realizar, producir y dirigir la <i>elaboración de mensajes</i> en serie o aisladas, tanto de carácter informativo o de opinión, destinados a satisfacer la necesidad social de la información, mediante medios como fotográficos, radiofónicos, cinematográficos, televisivos o combinación de alguno de ellos.
Publicidad	En base a (sic) los análisis de los resultados de las investigaciones del mercado publicitario y de los consumidores actuales y potenciales, <i>elabora campañas publicitarias</i> tendientes a motivar una <i>acción de compra</i> de bienes o servicios.	En base a (sic) los análisis de los resultados de las investigaciones del mercado publicitario, de la publicidad y de los públicos objetivos, planifica e implementa campañas con el propósito de lograr la aceptación de productos, servicios, instituciones públicas o privadas, e ideas que puedan contribuir a la solución de un problema económico y social. El publicista deberá ejercer su profesión observando los principios éticos relacionados con el mal uso y abuso de la publicidad.
Relaciones Públicas	<i>Planifica e implementa campañas de relaciones públicas</i> con el objetivo de difundir imágenes de personas, empresas o instituciones oficiales o privadas y crear una opinión pública favorable hacia ellas.	Es el profesional capacitado para comprender y aplicar los principios y procesos de la comunicación, investigar las actitudes de los públicos y su relación con las instituciones públicas y privadas, planificar y programar las estrategias de comunicación e información, orientar y supervisar la comunicación dirigida a públicos. Es un profesional que debe convertirse en agente de cambio y transformación social, asumiendo una posición crítica frente a los procesos comunicativos mediatizados.
Comunicación Gráfica	Expresa o ilustra una idea mediante la aplicación del diseño y las diversas técnicas de impresión.	Eliminada de este plan de estudio.
Investigación de la Comunicación	Es el profesional de la comunicación social que despliega un proceso de <i>producción de conocimiento</i> signado por las condiciones históricas en las cuales se desarrolla y utiliza como materia prima para <i>ese conocimiento una realidad comunicacional</i> que constituye una instancia para el ejercicio del poder en nuestra sociedad. <i>Es concebido como agente de una acción transformadora</i> y analiza críticamente los diversos factores que <i>intervienen en el proceso comunicacional</i> , aporta elaboraciones teóricas y realiza diferentes tipos de experiencias investigativas sobre comunicación.	Eliminada de este plan de estudio.

(Cursivas nuestras)

de su entorno y promover alternativas frente a los mensajes mediáticos. Hay influencia axiológica en esta declaración.

Puede afirmarse que el plan de estudio de 1985 no presenta mayores modificaciones, el planteamiento de la carrera y de las menciones de periodismo y periodismo audiovisual son copias idénticas. Se nota, sí, una ampliación y modificación del perfil profesional de la mención publicidad y relaciones públicas sobre su campo de actuación y sus funciones.

La confusión es ostensible cuando aun declarando formar a un comunicador social, el plan de estudio da preeminencia a la formación de un profesional formado para el manejo de los soportes técnicos a través de los cuales emitirá sus mensajes periodísticos.

Durante esta época, se acentuaron nuestros desaciertos como entidad educativa.

4.4. Objetivos del plan de estudio de 1985

Este plan curricular planteaba la organización en ciclos, uno común y otro profesional. La estructuración es la misma del pensum de 1980 y tiene como objetivos los siguientes (ver tabla 5).

Nótese que los objetivos planteados siguen los mismos patrones del pensum de 1980, algunos son idénticos. Hay una preponderancia sobre los aspectos técnicos, relacionados con la formación especializada, al punto de que también se incluye dentro del ciclo básico una sub-área técnico-profesional.

No se registraron mayores variaciones ni cambios en el pensum de 1985, salvo la eliminación de dos menciones: comunicación gráfica e investigación de la comunicación⁸ y el reforzamiento de la definición de una carrera concentrada en la producción periodística y su relación con el soporte tecnológico. Además, hay una ampliación del perfil de la mención publicidad y relaciones públicas, conceptualizado como profesiones que nada tienen que ver con el periodismo, sino con procesos de imagen y procesos comunicacionales de instituciones y empresas, es decir, un perfil mucho más claro y amplio que el de 1980 para estas dos menciones.

4.5. El plan de estudios de 1995

La comisión curricular de 1995 entendió el desagravio y la confusión en la que cayó la Escuela en la década del 80 y asumió ofrecer nuevas alternativas de estudio. Se aceptan los errores pasados y se plantea la posibilidad de ofertar una nueva mención:

Tabla 5. Objetivos de los ciclos común y especializante del pensum de 1985

Ciclo común	Formación Social	Conocer e interpretar los procesos económicos, políticos, psicosociales referidos a la situación venezolana y latinoamericana; demostrar capacidad de interpretación sociohistórica de los fenómenos comunicacionales.
	Ciencias de la Comunicación	Comprender el fenómeno de la comunicación como proceso y como resultado desde un punto de vista pluricausal, conocer e interpretar las determinantes económicas, sociales, políticas, psicológicas e ideológicas que intervienen en el proceso de comunicación social.
	Técnico-Profesional	Conocer, usar e implementar creadoramente las técnicas de expresión periodística, con vistas a su aplicación posterior a cada campo específico, conocer las bases teóricas y prácticas para el manejo y utilización de los medios audiovisuales, conocer la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.
Ciclo especializante	Periodismo	Usar en forma eficiente y precisa los procedimientos de búsqueda, redacción, titulación y elaboración de noticias, interpretaciones y opiniones, conocer las técnicas de diagramación de periódicos y revistas.
	Periodismo Audiovisual	Producir mensajes informativos, recreativos y educativos para ser difundidos a través de los medios audiovisuales, conocer en forma teórica y práctica el manejo, utilización e implementación de las técnicas audiovisuales, demostrar una actitud positiva hacia la producción audiovisual.
	Publicidad y Relaciones Públicas	Usar en forma eficiente y precisa los instrumentos y técnicas operacionales de la publicidad y las relaciones públicas, demostrar un constructivo y definido espíritu crítico sobre el papel que desempeñan en la sociedad actual, demostrar una actitud positiva hacia la publicidad y las relaciones públicas.

Fuente: Pensum de Comunicación Social de 1985 [cursivas nuestras]

“Queremos evitar que se repitan los equívocos y distorsiones de las reformas curriculares anteriores, donde no se abrió el espacio y tiempo para un verdadero ciclo autorreflexivo que permitiera a docentes ejercer su papel de investigadores de sus propias prácticas y descubrir en ellas los elementos que distorsionan su entendimiento para proponer acciones capaces de superarlas” (Pensum de la Escuela de Comunicación Social, 1995: 16).

La comisión curricular estableció que desde la década anterior, los planes de estudio habían prestado poca atención al eje teórico-investigador y centraron su interés en la razón instrumental. “Se descuidó

la razón humanística, social, cultural y reflexiva de las prácticas de la comunicación” (ídem: 22).

Reconocidos los errores, el marco teórico del pensum de 1995 propone cuatro puntos esenciales para las nuevas posturas que debía asumir la Escuela en esta reforma para redefinir la carrera de comunicación social. De esta manera, el documento declara:

1. La comunicación significa comparar ideas, opiniones y estructuras simbólicas entre los seres humanos ubicados en igualdad de condiciones. Por lo tanto, la práctica de la comunicación no puede estar supeditada al ejercicio de una profesión como tal.

2. Las estructuras curriculares de las escuelas de comunicación social en el país han tendido a homologar conceptualmente esas actividades con el concepto de comunicación, lo que contribuyó con el equívoco.

3. La distorsión teórica de fondo es la responsable de la contradicción que significa estar denominando a nuestras escuelas como de comunicación social, cuando más apropiadamente son de información periodística.

4. Es vital articular una estructura curricular sin contradicciones epistemológicas, sin olvidar que en el país existen demandas de información y de comunicación no cubiertas por los medios masivos clásicos, que pueden hacer posibles salidas diferentes a las ofrecidas por estos medios y deberán ser satisfechas por los nuevos profesionales que egresen de las universidades.

Luego de este decálogo de intenciones, el pensum delinea el perfil profesional del comunicador social que se proponen formar:

“El comunicador social debe ser un profesional capaz de atender las necesidades de información de todos los sectores de la sociedad (...) con excelente capacidad teórica-práctica, formación sociopolítica que le permita actuar sobre la realidad para transformarla. El comunicador social debe comprender saber-conocer, saber-innovar, entender la comunicación como un fenómeno que se extiende hacia todas las actividades simbólicas y culturales de los seres humanos en su interacción con sus semejantes y que no es una actividad prerrogativa de su práctica periodística” (Pensum de Comunicación Social, 1995: 24).

Esta declaración establece una distinción entre la actividad periodística y la urgente necesidad de establecer una desvinculación de esa actividad con un fenómeno tan amplio y complejo como la comunicación.

Se nota una intención por reformular la carrera y estimular la posibilidad de ampliar los campos de acción. Revísese la siguiente afirmación: “Esto nos obliga a hacer una revisión epistemológica de lo que es comunicación y nos ayudará a corregir las distorsiones originadas por el uso indistinto de ambas conceptualizaciones en la articulación de la estructura de la carrera” (Ídem, 25).

Se reconoce el intento de este plan de estudio por asumir las definiciones pertinentes y reales del concepto de comuni-

cación social. No obstante, resulta paradójico que la oferta de menciones sea la misma a las instauradas a comienzos de los años 70, pues este pensum conservó las tradicionales menciones de periodismo impreso y periodismo audiovisual.

Una modificación sustancial fue otorgarle el carácter de carrera independiente a la mención de publicidad y relaciones públicas. Esto implicó que la Escuela graduaba a dos tipos de profesionales.

4.6. Un plan de estudios de contradicciones

A efectos de evaluar la renovación curricular de 1995, presentamos a continuación las definiciones de los perfiles profesionales de las menciones y la nueva carrera para contrastarlos con las fundamentaciones teóricas esbozadas en este mismo plan de estudio, descritas en los párrafos anteriores (ver tabla 6).

En primer lugar, se nota que en la declaración de estos perfiles hay una marcada influencia axiológica, pero total ausencia de fundamentos epistemológicos, lo que implica una abierta contradicción e incoherencia con lo expuesto en su declaración de motivos y su marco teórico. Sin embargo, se destaca que el profesional estará comprometido con el entorno social.

Por otra parte, expresa que desarrollará competencias al egresado para el ejercicio profesional en los medios y en las agencias publicitarias.

La Escuela ofreció la mención de producción audiovisual como una manera de diversificar la oferta en estudios de comunicación pero puede observarse que está vinculada, igualmente, al ejercicio mediático, a la producción de material audiovisual.

En el pensum de 1995 se define el perfil ocupacional como un periodista dedicado a la producción de información y que se desempeña básicamente en los medios masivos de comunicación. Ésa constituiría una concepción de un perfil periodístico.

Esto representa una parte del complejo proceso de comunicarse, pues comunicación supone otras dimensiones no asumidas en este plan de estudio: “El término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia” (Pasquali, 1980: 41).

Al final, no hubo una diferenciación entre periodismo y comunicación, un síntoma que ha persistido en la historia de

Tabla 6. Definición de perfiles profesionales de la carrera de comunicación social de LUZ en 1995

<p>Periodismo Impreso</p>	<p>Es un profesional formado íntegramente <i>en el manejo del lenguaje escrito, oral y corporal</i>. Posee una actitud ética, legal y estética adecuada a la necesidad de proveer información grupal y social. Tiene un alto nivel cultural y una sólida conciencia de su país. Es un conocedor de los avances de la ciencia en cuanto a necesidades sociales. Sus funciones son producir y difundir materiales informativos: redacción, diseño, titulación, ilustración, fotografía y cualquier otro que demande el medio técnico. <i>Sus tareas son la búsqueda, selección, jerarquización, interpretación y redacción de informaciones periodísticas.</i></p>
<p>Periodismo Audiovisual</p>	<p><i>Es un profesional formado excelentemente en el manejo de la expresión escrita, oral, visual y corporal</i>. De una necesidad ética y legal y estética apropiada a la necesidad de proveer información grupal o social. Experto en la escogencia de medios idóneos para la comunicación, información o difusión. <i>Está capacitado para cumplir las tareas de buscar, seleccionar y jerarquizar las informaciones, redactar, hacer fotografía, editar entrevistas, procesar información nacional e internacional, elaborar boletines institucionales, investigar y hacer guiones para programas informativos, interpretativos y de opinión.</i></p>
<p>Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas</p>	<p>La formación del licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas deberá configurar una profunda y sólida formación en el área del lenguaje, diseño, con una vasta formación sobre el hombre. Estará en capacidad de investigar audiencias de mercado para la obtención de parámetros hacia la planificación de futuras estrategias de comunicación, diseñar programas mercadotécnicos dirigidos a la promoción de ideas, personas, productos, empresas u organizaciones en general y evaluar estudios de opinión pública en el ámbito comercial, ideológico o institucional.</p>
<p>Producción Audiovisual</p>	<p>Estará capacitado para dominar creativamente el lenguaje corporal, sonoro, visual y escrito; manejar con propiedad y creatividad las teorías y metodologías de la comunicación, aplicar métodos y técnicas de análisis a mensajes ajenos y propios y manejar eficientemente equipos técnicos y procesos que le permitan consolidar creativa y asertivamente producciones audiovisuales.</p>

Fuente: Pensum de Comunicación Social de 1995 [cursivas nuestras]

nuestra enseñanza, que se extiende hasta la actualidad.

Investigadoras de esta Escuela como Morales y Parra (2006: 2) alegan que en esta década se intensifican los “clásicos problemas de la enseñanza en comunicación”, evidenciada por la cuestionada vigencia de algunos paradigmas teóricos desde donde se piensa la comunicación, por una visión instrumental de la comunicación como objeto de estudio que vincula cada vez más la agenda de problemas a ser investigados a la lógica mercantil del

mundo corporativo de las empresas en el escenario neoliberal de un modelo de acumulación y globalización de la economía. Este fenómeno se debe a la inexistencia de vínculos entre la enseñanza y la investigación en comunicación y por el desgaste de una concepción tradicional de la metodología en el área.

En ese mismo estudio se señala que la investigación en la enseñanza de la comunicación (campo en el que está más acentuada la incertidumbre de hoy) ha sido la de menor proporción durante esta década.

5. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DOCUMENTOS CURRICULARES DE 1980, 1985 Y 1995

Luego de la caracterización de los perfiles académicos y profesionales y los objetivos de los planes curriculares de los tres períodos estudiados, se establece una comparación entre la correspondencia de ese contenido con la matriz de análisis sobre los aspectos axiológicos, epistemológicos y de contexto social de los planes de estudio. Justo en este apartado, se constata la vinculación entre el histórico y orientador discurso de los teóricos latinoamericanos sobre la enseñanza de la comunicación y la realidad plasmada en los documentos curriculares, en este caso, de la Escuela de Comunicación Social de LUZ.

Entre las consideraciones preliminares que se derivan del estudio se exponen las siguientes:

- 1) Los tres planes curriculares declaran en sus perfiles los objetivos que sustenta y persigue el currículo: garantizar el derecho social a la información, a partir del procesamiento y producción textual de mensajes masivos.
- 2) En vista de lo anterior, todos los documentos curriculares analizados muestran en la descripción de los perfiles el distanciamiento del compromiso del profesional que egresa de esta Escuela con las transformaciones que demanda el contexto de demandas políticas, económicas, sociales y reivindicaciones culturales como el latinoamericano.
- 3) Ninguno de los tres documentos curriculares analizados (1980, 1985, 1995) expresa en sus perfiles el componente epistemológico, ni se muestra una preocupación por el componente axiológico. Esta anomalía explica la crisis actual de valores en el quehacer académico en la carrera de comunicación social en Venezuela.
- 4) Estos resultados explican la pérdida de sentido y orientación de la formación académica del comunicador social, que como lo han planteado los investigadores de la comunicación en América Latina, debe responder a una matriz epistemológica. Esto provoca un aislamiento de la comunicación del tejido social y cultural (Morales y Parra, 2006). Vemos, además, que este signo es histórico y demanda la atención de los planificadores educativos en la redefinición de una práctica acorde a las exigencias de la sociedad multi [inter] cultural.
- 5) En este contexto, el aporte de Martínez

“

De nuestras escuelas de comunicación emergen centenares de profesionales con grandes expectativas hacia un mercado tradicional, el de los medios masivos de información, que hoy luce agotado, incapaz de ofrecer otras alternativas comunicativas. Esta incertidumbre se agudiza por el desprestigio del ejercicio profesional del periodista frente al ciudadano.

”

(1997: 227) resulta esclarecedor: “En muchos de nuestros ambientes académicos, la desorientación epistemológica sigue siendo uno de los rasgos más sobresalientes; y en otros, se cabalga con feliz ingenuidad, se trabaja dentro de moldes teóricos y metodológicos, dentro de coordenadas teórico-prácticas que dan frutos en apariencia sólidos únicamente porque no son cuestionados en su basamento epistémico”.

6) Resulta conveniente influir críticamente en la definición de los términos más pertinentes, para que la lucha por la identidad del comunicador social contra la monopolización del saber especializado, legitimado por la historia y por la reproducción de los saberes sobre la comunicación, adquiera un carácter liberador y al mismo tiempo científico y político.

6. REFLEXIONES FINALES

Ante la desorientación histórica de la enseñanza de la comunicación en una de las escuelas más importantes de Venezuela surge una reflexión impostergable: la propuesta de formación académica de esta escuela no puede seguir sumida en un presentismo histórico y retrógrado, en vista

de que no se ha modificado sustancialmente en respuesta a los cambios políticos y sociales que vive el país.

De nuestras escuelas de comunicación emergen centenares de profesionales con grandes expectativas hacia un mercado tradicional, el de los medios masivos de información, que hoy luce agotado, incapaz de ofrecer otras alternativas comunicativas. Esta incertidumbre se agudiza por el desprestigio del ejercicio profesional del periodista frente al ciudadano.

A partir de esta reflexión, podemos afirmar lo siguiente:

1. Hay una desvinculación total entre el discurso de los teóricos latinoamericanos y el diseño de un plan de estudio coherente con las exigencias y demandas de la sociedad actual. Por ello, una tarea pendiente de los investigadores en comunicación de Venezuela es emprender la reconstrucción histórica de las escuelas de comunicación del país para ubicar y comprender el momento justo de los desaciertos e impulsar una renovación educativa acorde a nuestra historia y a nuestro contexto.
2. Existe suficiente claridad teórica para replantear los planes de estudio dentro de las escuelas de comunicación social. Resulta absurdo seguir en la denuncia de ambigüedad y confusión cuando existen suficientes argumentos para distinguir entre práctica periodística y enseñanza de la comunicación.
3. La pérdida de referentes históricos, culturales y políticos ha conllevado a la incapacidad de idear un marco para el debate de un modelo educativo en comunicación y por eso se habla insistentemente del vacío académico de su enseñanza. No pueden obviarse otros elementos como la teoría curricular, la aparición de la tecnología de la información y las nuevas corrientes educativas.
4. Pasquali (1980: 42) afirma que la posibilidad de comunicarse es inherente a la formación de toda estructura social, y no un subproducto posterior a ésta, por lo tanto, donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social. Visto así, en nuestro programa de estudio vigente no hay posibilidad alguna de formar comunicadores, a pesar de las enunciaciones meramente declarativas estipuladas en su plan de estudios. Se necesitan con urgencia verdaderos comunicadores que sirvan de intermediarios en un mundo de espacios, tiempos y sujetos de la multi [inter] culturalidad.

5. El comunicador social de nuestros tiempos ha de convertirse y formarse como un agente de transformación, capaz de comprender el complejo escenario social que atraviesa América Latina. Desde el ámbito comunicativo, ha de integrarse en una lectura compleja de los fenómenos culturales con sus propias dinámicas, movi­lidades y producciones de sentido.
6. No basta mirar a los sujetos como audiencias, espectadores o receptores, sino que éstos se configuran tanto en su marginación y exclusión de los ámbitos de producción como en la restricción de sus alternativas de actuación y resistencia, es decir, en su dimensión política.
7. Ninguna discusión profunda sobre la realidad de nuestra tradición educativa y nuestra enseñanza puede prescindir de situarla en un contexto estructural histórico e institucional. Se ha demostrado que el conocimiento de la comunicación sigue siendo el mejor aliado de una comprensión del mundo.
8. Ante el vacío en el registro en la reconstrucción de nuestra historia, sólo una investigación sobre los distintos momentos en el desarrollo de nuestras escuelas permite detectar posibles involuciones y establecer una visión y conocimiento de esta trayectoria.
9. Este trabajo sirve de referente teórico y metodológico para la reflexión sobre nuestras prácticas educativas y sus fundamentaciones. De esa manera, se podrá obtener solidez para debatir las diferencias conceptuales acerca de la administración de la enseñanza, su ejercicio, los saberes y disciplinas que potencian la existencia de nuestras escuelas de comunicación social.
10. La importancia de escribir, de narrar, de describir y registrar la historia de la enseñanza en comunicación estriba en la posibilidad de centrar los esfuerzos en la formación de estructuras académicas con capacidad metodológica y éticamente regulada para la orientación de la educación que está por in­fundirse en el futuro.
11. Es vital articular una estructura curricular sin contradicciones epistemológicas, sin olvidar que en el continente existen demandas de información y de comunicación no cubiertas por los medios masivos clásicos, que pueden hacer posibles salidas diferentes a las ofrecidas por estos medios y deberán ser satisfechas por los nuevos profesionales que egresen de las universidades.

“

Hay una desvinculación total entre el discurso de los teóricos latinoamericanos y el diseño de un plan de estudio coherente con las exigencias y demandas de la sociedad actual. Por ello, una tarea pendiente de los investigadores en comunicación de Venezuela es emprender la reconstrucción histórica de las escuelas de comunicación del país para ubicar y comprender el momento justo de los desaciertos e impulsar una renovación educativa acorde a nuestra historia y a nuestro contexto.

”

Para terminar, dos reflexiones: una de Marc Bloch y otra, de Edgar Morin:

“La incapacidad de comprender el presente nace fatalmente de la ignorancia del pasado. Pero tal vez no sea menos vano empeñarse en comprender el pasado si no se sabe nada del presente, pues la vibración de la vida humana es directamente perceptible a los sentidos”.

“La educación deberá comprender la enseñanza de las incertidumbres”.

■ **Johandry A. Hernández**
Licenciado en Comunicación Social. Magíster en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Zulia (LUZ).

NOTAS

- 1 Publicado en el diario venezolano *El Nacional*, octubre del año 1999.
- 2 Concepto ampliamente desarrollado en la revista *Signo y Pensamiento*, N° 46, volumen XXIV, enero-junio de 2005, de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia

Universidad Javeriana de Colombia. Tal como se explica en la publicación, el concepto hace alusión a la fragilidad de los Estados-nación en América Latina, a la posibilidad de describir la geografía múltiple de la sociedad global, en las nuevas fronteras –más allá de las territoriales– y las demarcaciones simbólicas imaginarias. El prólogo es más preciso cuando señala: “Trazar esa geografía es marcar las zonas de las fronteras que, conectadas con las sensibilidades, las memorias y las identidades, constituyen lugares de reconocimiento y resistencia” (ídem: 5).

- 3 MORALES y PARRA (2006): “Perspectivas del comunicador social en Venezuela”. En: revista *Comunicación* N° 135, páginas 58-70.
- 4 Esta Escuela se fundó el 1 de octubre de 1959.
- 5 Esta realidad se repite en las más antiguas e importantes escuelas de comunicación social (públicas y privadas) de las universidades venezolanas.
- 6 Al respecto, consúltese la obra del venezolano Jesús María Aguirre (2006): “Transformaciones en el campo laboral de la información y comunicación. Retos para la formación de los comunicadores sociales en Venezuela”. En: revista *Comunicación* N° 135; y “El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas. ¿Quiénes son los periodistas?” (1994): En: colección *Ayakua*. Universidad Católica Andrés Bello.
- 7 En el caso de que se quiera profundizar sobre este respecto, revísese un trabajo mucho más amplio del autor, hecho en 2007, titulado: *Confusión, dispersión y consenso: la tradición educativa en comunicación. Análisis histórico-cualitativo de la enseñanza en la Escuela de Comunicación de LUZ*, tesis de pregrado, mención honorífica, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- 8 En Venezuela, durante el gobierno del presidente Carlos Andrés Pérez, se implementó el V Plan de la Nación, en el que, entre otras cosas, se exhortaba a la búsqueda igualitaria de estrategias mundiales de comunicación e incluir un subsector dedicado a la Planificación de la Comunicación, un hecho que demandaba el surgimiento del investigador en comunicación, pues se le otorgaba importancia al asesoramiento y diseño de políticas comunicacionales para el Estado. El *pensum* de 1985 destaca que aparte de esas demandas, el V Plan de la Nación señala a las universidades como responsables de formar este tipo de profesional para que desarrolle tres objetivos fundamentales: a) develar el papel de los medios de difusión masiva empresariales, b) diseñar junto al Estado políticas nacionales de comunicación, insertadas en los planes de desarrollo del país y c) producir nuevas concepciones teóricas sobre la comunicación y diseñar modelos de comunicación alternativa que se opongan a los actuales modelos transnacionales de la comunicación social. Vistas estas consideraciones, resulta lógico pensar que para ese año la mención de Investigación de la Comunicación tenía más vigencia que nunca, ya que estaba diseñada e insertada, tal como se mostró en sus objetivos del *pensum* de 1980, para lograr una nueva realidad comunicacional y propiciar una acción transformadora, a partir del análisis crítico de los diversos factores que intervienen en el proceso comunicacional. A partir de esas prácticas, se aportarían elaboraciones teóricas y diferentes tipos de experiencias investigativas sobre comunicación. La Escuela de LUZ

optó por eliminarla, en un claro atentado institucionalizado contra las políticas comunicacionales del Estado venezolano, una medida sustentada en el vago criterio de disponibilidad presupuestaria e insuficiencia de estudiantes para estudiarla.

REFERENCIAS

FUENTES NAVARRO, Raúl (1999): "La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI". En: *Diálogos de la Comunicación* 56, FELAFACS. Lima, Perú. pp. 52-67.

HERNÁNDEZ, Johandry (2007): *Confusión, dispersión y consenso: la tradición educativa en comunicación. Análisis histórico-cualitativo de la enseñanza en la Escuela de Comunicación Social de LUZ (1957-2007)*. Trabajo inédito de pregrado, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

LANZ, Rigoberto (2000): "Pensar la ciudadanía después del fin de la política". En: *Relea* 9:7-14.

LÓPEZ VENERONI, Felipe (1989): "La comunicación como vacío académico". En: *Diálogos de la Comunicación* 31:15-24.

MARTÍN BARBERO, Jesús (2002): "Tecnidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo". En: *Diálogos de la Comunicación*, 64: 8-23.

MARTÍNEZ MIGUELEZ, Miguel (1997): *El Paradigma Emergente*. México: Editorial Trillas.

MARQUES DE MELO, José (2001): "Identidad del campo de la comunicación: estrategias para salir del gueto académico". En: *Diálogos de la comunicación*. 62: 26:33. FELAFACS. Lima, Perú.

MORALES, Elda y PARRA, Luz Neira (2006): "Perspectivas de la formación del comunicador social en Venezuela". En: revista *Comunicación*, 135: 58-70.

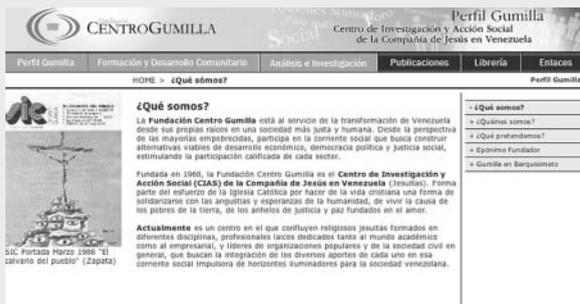
_____ (1997): *La Enseñanza de la Comunicación: dilema entre currículum y mercado*. Maracaibo: Astro Data Ediciones.

PASQUALI, Antonio (1980): *Comprender la comunicación*, Caracas. Monte Ávila editores.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (2002): "La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda". En: *Diálogos de la Comunicación*. N° 64.

VÍLCHEZ, Nerio (2005): *Fundamentos del currículum*. Maracaibo: Fondo Editorial Urbe.

Visite nuestra página en internet
www.gumilla.org



BUZONES CORREO ELECTRÓNICO

REDACCION SIC / sic@gumilla.org

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org

UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org

ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org

De los medios alternativos al periodismo ciudadano

Abstract

In this article will be analyzed the changes that are happening in the practice of alternative communication on the context of Society of the Information. Some questions to reflect will be proposed, and from some definitions are going to appear some answers and proposals that will look for opening spaces for dialogue about the communicators colleges challenges and the civil society's defiances on new stages.

■ **Raisa Urribarrí**

■ **Luis Carlos Díaz**



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Bolívar y la Liga de Justicia".

Convergencias y divergencias en la Sociedad de la Información



Resumen

En este artículo se analizan los cambios que están ocurriendo en las prácticas de comunicación alternativa en el contexto de la Sociedad de la Información. Se proponen algunas preguntas para la reflexión y, a partir de algunas definiciones, se ensayan respuestas y propuestas que buscan, más que apuntar a conclusiones definitivas, abrir un campo para el diálogo en torno a los retos y desafíos que afrontan tanto las escuelas que forman comunicadores sociales, como las organizaciones de la sociedad civil, ante los nuevos escenarios.

La zona que ocupan los medios alternativos no ha resultado inmune a la alteración que se está produciendo en el paisaje mediático. Aunque tras la superficie se mantengan presentes algunos elementos clave, es notorio que debido al cambio del modelo comunicativo producido por la invención de Internet (de uno a muchos a otro de muchos a muchos) el concepto de lo alternativo se ha deslizado de los márgenes al centro del debate comunicacional (Pajnick y Downing, 2008).

Algunas preguntas comienzan a emerger: ¿En qué se parecen y en qué difieren los medios de comunicación alternativa que conocimos en el siglo XX a los que vemos emerger en la llamada Sociedad

de la Información? ¿Qué características comparten? ¿Cuáles les son propias? ¿Qué elementos determinan las modificaciones que es posible observar? ¿Hacia dónde se mueven estas propuestas? ¿Hacia el llamado periodismo ciudadano? ¿Qué desafíos afrontamos? ¿Qué retos tienen por delante las instituciones formadoras de comunicadores y las organizaciones de la sociedad civil?

Tratar de responder estas interrogantes nos obliga a ofrecer una suerte de preámbulo, a precisar en principio qué entendemos por 1. medios alternativos, 2. Sociedad de la Información y 3. periodismo ciudadano, para, a partir de esas definiciones previas, ir elaborando algunas respuestas y propuestas, al menos provisionales, que nos permitan abrir un escenario para el diálogo en torno a este tema.

I. LOS MEDIOS ALTERNATIVOS

En el contexto de este trabajo, para definir los medios alternativos nos valdremos de su tradición, pues a escala latinoamericana, y en general en el contexto internacional, éstos cuentan con una muy extensa y muy sólida. En líneas generales podríamos caracterizarlos como diversas iniciativas que, surgidas al calor de los acontecimientos que marcaron la historia política y las luchas reivindicativas de los sectores populares entre las décadas de los sesenta y los setenta, se diferenciaban taxativamente tanto de los públicos como de los privados por su oposición al poder mediático y político en su conjunto. Eran experiencias que asumían de forma activa la defensa del derecho a la comunicación y tenían como uno de sus objetivos la capacitación de grupos sociales para el ejercicio de la comunicación como vía para la incidencia política.

En el transcurso de casi cuatro décadas, en consonancia con las transformaciones políticas y socioculturales, este vigoroso movimiento se fue transformando. De una propuesta comunicativa con objetivos de *agitación* o *contrainformación* se va pasando a otra cualitativamente diferente que se inclina por entrar en sintonía con el sentir de las comunidades de las cuales intentaban ser expresión. No se trata ya de medios para *ideologizar* a las masas, sino para movilizarlas, partiendo de sus imaginarios, necesidades y experiencias.

Colectivos de diverso corte se articulan a escala nacional e internacional y surgen organizaciones como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) que

“

Colectivos de diverso corte se articulan a escala nacional e internacional y surgen organizaciones como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) que logran agrupar experiencias no sólo en la región, sino en el resto de los continentes, con base en la defensa de propósitos comunes

”

logran agrupar experiencias no sólo en la región, sino en el resto de los continentes, con base en la defensa de propósitos comunes. El lema de Amarc es ilustrativo: Democratizar la palabra para democratizar la sociedad.

La década de los noventa fue explosiva. La desaparición del *socialismo real*, el quiebre de la confrontación este-oeste, la crisis de legitimidad de las formas de ejercicio político tradicional (declive de los partidos, gremios y sindicatos), la emergencia de liderazgos asociados a la llamada antipolítica, son –en conjunto y por separado– hechos que contribuyen a crear un clima de perplejidad social del cual las organizaciones sociales no escapan.

Las políticas de ajuste macroeconómico ejecutadas en ese entonces por los entes multilaterales tuvieron como contraparte a algunas ONG, responsabilidad que llevó a muchas de éstas a embarcarse en exigentes actividades de carácter administrativo y a dejar de lado las acciones *de base* que les daban sustento y proyección en el seno de las comunidades.

La sociedad en su conjunto se consigue desorientada, sin referentes y golpeada por los efectos de la pobreza. La inseguridad por los efectos de la pobreza. La inseguridad, el desempleo, la inflación, la corrupción y el deterioro de los servicios públicos, entre otros, son signos que denotan la baja calidad de vida de las grandes mayorías que hacen sentir sus demandas en busca de lo que Thiebaut ha llamado “otro

entendimiento de la organización social” (en Sahuí, 2002: 12).

Es en esta tierra fértil, pero devastada, en la que cobran vida los llamados nuevos movimientos sociales, colectivos que, según Melucci (citado por Huesca, 2001), adoptan nuevas formas de interacción y organización ubicadas en la dimensión simbólica para responder a los problemas emergentes de la sociedad contemporánea. Gracias a una tecnología entonces emergente, la Internet 1.0 (básicamente correo electrónico, listas de correos, sitios web), estos movimientos logran articularse como una red de comunicación alternativa global (Muniz, 2007) con el fin de impulsar acciones conjuntas. De esa conexión surge lo que Wolton (2006) ha llamado una *información militante* que actúa en el plano global y acoge como presupuesto el que las TIC pueden potenciar su incidencia política.

En América Latina, proyectos relevantes como el portal web *Comunidad de Movimientos Sociales/Minga Informativa*, impulsado por la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) y la Agencia de Noticias Púlsar, promovido por la Amarc, coinciden al declarar sus intenciones: la lectura de los grandes hechos desde los intereses de las mayorías y la emergencia de distintas voces para construir pluralidad de opiniones y puntos de vista, lo cual –como asevera Cañizález (2000)– las coloca dentro de las experiencias de comunicación alternativa.

Incluso en países como Cuba, donde el acceso a Internet es restringido, es posible dar cuenta de estas manifestaciones *alternativas*.

A través de herramientas periodísticas básicas para hacer reportajes, los escritores enviaban sus notas por teléfono o fax a sitios Web en los Estados Unidos o Europa donde se publicaban. Muchos fueron encarcelados en una embestida masiva del gobierno en 2003, y en la actualidad permanecen entre rejas. (Lauría y Salazar, 2009)

2. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Desde que comenzara a fraguarse, esta *nueva sociedad* ha sido etiquetada con diversos calificativos. A efectos de este ensayo, y sin desconocer otros términos relevantes, como el de Sociedad Red (Castells, 1997), comentaremos tres de los adjetivos que se la disputan: de la información, del conocimiento y de la comunicación.

Aunque el más conocido es el *de la información*, también ha sido el más cuestionado. Entre los primeros en hacerlo estuvo Antonio Pasquali, quien como crítica a la Sociedad de la Información, elevada en 2003 y 2005 a los honores de una Cumbre Mundial, abogó por la expresión Sociedad de la Comunicación, pues ésta es “básicamente una Sociedad de la Participación, de receptores/emisores (...) y una Sociedad de la Información es básicamente una del Acceso, inhibidora de procesos participatorios”. (Pasquali, 2002:3)

Aunque la voz oficialmente adoptada fue la de Sociedad de la Información, el documento oficial presentado por la Unesco abogó en favor de la Sociedad del Conocimiento, puesto que “promover los flujos de información, por sí mismo, no es suficiente para tomar las oportunidades para el desarrollo que sí ofrece el conocimiento” (Guttman, 2003:1).

Esta denominación, sin embargo, también ha sido blanco de señalamientos bajo el argumento de que no puede hablarse de ella cuando existen amplias y sólidas evidencias de una baja incorporación de diversidad cultural en muchísimos campos. La cumbre mundial, sin embargo, osciló entre esas dos fórmulas.

La tercera, Sociedad de la Comunicación, obtuvo escaso respaldo y resultó, por lo tanto, invisibilizada, a pesar de la activación de la Campaña CRIS (Derechos de Comunicación en la Sociedad de la Información), dirigida a impulsar la participación de distintos actores de la sociedad civil y a generar opinión desde la perspectiva social del derecho a la comunicación.

Otro aspecto que es necesario destacar es que desde que comenzara a definirse como un fenómeno *emergente*, la Sociedad de la Información ha dado cuenta de dos posiciones ubicadas en las antípodas. La de quienes le atribuyen a las tecnologías de información y comunicación (TIC) la posibilidad de habilitar una nueva sociedad más libre, democrática e interconectada; y la de aquellos que, con base en las cifras que confirman la existencia de una grave brecha digital, consideran que éstas, bajo una falsa apariencia de interactividad, constituyen una puerta franca para la exclusión y el aislamiento que aceleraría el paso hacia una sociedad controlada y autoritaria.

La Sociedad de la Información es paradójica y contradictoria. En palabras de Wolton, es –al mismo tiempo– “símbolo de libertad y concentración industrial sin

“

Podría decirse que una de las búsquedas en la que nos conseguimos implicados hoy es la de encontrar un punto de equilibrio entre estos dos discursos contrapuestos: el de que las tecnologías cambiarán nuestras vidas y el de que podemos cambiar nuestras vidas gracias las tecnologías

”

igual” (2006: 27). Por un lado, los medios de comunicación pasan por un proceso de concentración de la propiedad e integración gracias a la digitalización, pero, por el otro, la misma tecnología, con Internet a la cabeza, facilita el acceso democrático a la comunicación y a la interacción.

En efecto, como no todo –o no sólo– es cara o cruz, otras miradas, detenidas en el canto de la moneda, cuyos bordes son imprecisos y rugosos, la observan como una zona donde se evidencia la ruptura de los grandes relatos de progreso y modernización, y la reconstitución de la esfera pública como un fractal de la imagen de la identidad posmoderna (Gómez, 1998).

Podría decirse que una de las búsquedas en la que nos conseguimos implicados hoy es la de encontrar un punto de equilibrio entre estos dos discursos contrapuestos: el de que las tecnologías cambiarán nuestras vidas y el de que podemos cambiar nuestras vidas gracias las tecnologías (Molinuevo, 2007).

UN INCISO...

Con el objetivo de ir transitando hacia el despeje, al menos parcial, de otra de las cuestiones planteadas: ¿puede considerarse al periodismo ciudadano una manifestación contemporánea de la llamada comunicación alternativa? en este momento resulta necesario añadir una pre-

gunta más a las iniciales. ¿Es pertinente seguir hablando de medios alternativos en el contexto de la Sociedad de la Información que acabamos de bosquejar, al menos como los que han sido caracterizados en los primeros párrafos?

Por lo visto, no es posible. Al menos no, sin un urgente *reacomodo*, de acuerdo con la opinión de dos investigadoras latinoamericanas que han realizado balances de esas iniciativas: Rosa María Alfaro y Clemencia Rodríguez. Un dato ciertamente curioso son las coincidencias de base entre estas dos autoras.

Alfaro es peruana, profesora en la Universidad de Lima, y cuenta con una larga trayectoria en su país a través de la ONG Calandria, agrupación que tiene entre sus objetivos contribuir con la democratización de la comunicación pública para mejorar la relación entre ciudadanos y autoridades. Rodríguez es colombiana y profesora en la Universidad de Oklahoma (EEUU) en la que ha desarrollado diversas investigaciones con base en experiencias de comunicación alternativa en Colombia y Nicaragua. Es fundadora de *Our Media* (Nuestros Medios), una red global que promueve el diálogo entre académicos, activistas y especialistas en políticas públicas relacionadas con los medios ciudadanos.

Entre los años 2000 y 2001 tanto Alfaro como Rodríguez publicaron textos que marcaron hitos en la investigación de la comunicación alternativa en la región, al interpelar de manera crítica las prácticas conocidas hasta el momento. Aunque no se citan entre ellas, ambas coinciden en sus cuestionamientos afincándose en las tesis de la democracia radical expuestas por la politóloga belga Chantal Mouffe.

Según las apreciaciones de Alfaro (2000), la miríada de experiencias que es posible agrupar bajo el paraguas alternativo hace uso de una oposición intransigente que revela una actitud conservadora frente a los nuevos tiempos. En palabras de Rodríguez (2001), se inscriben en las grandes narrativas de emancipación y en concepciones binarias de dominación y subordinación ya superadas.

Sobre los aciertos y retos pendientes de los medios alternativos de cara al nuevo siglo, Alfaro cuestiona el rol instrumental de la comunicación y como saldo positivo destaca como el más significativo y aún vigente, el compromiso con los sectores sociales populares. Según su criterio, estas experiencias siguen siendo viables en algunos de sus principios valóricos básicos, pero dentro de una línea de renovación.

Entre otras críticas, la investigadora peruana asoma la ausencia de una mirada y una propuesta de carácter individual para los sujetos, de un individuo reflexivo que “debe optar y decidir, pensar, soñar e imaginar, formular sus propias necesidades, resolver sus problemas sólo y con otros, integrarse al mundo del trabajo y la productividad, pero pasando siempre por el matiz personal (...) un sujeto más independiente, más individualizado, un ciudadano persona” (Alfaro, 2007)

A juicio de Rodríguez, pensar que las acciones políticas y los movimientos sociales constituyen procesos lineales, continuos, encaminados hacia una meta común, y concebir los medios ciudadanos como un arma de acción política en manos de actores con agendas claras y racionales, llevó a que —a la larga— se les descalificara y considerara ineficaces pues, debido a su naturaleza fragmentada, carecen del potencial necesario para contribuir con la construcción de la democracia.

Es necesario —dice la académica y activista social— dejar de pensar en la democracia como un fin último, como un estado final de cosas por alcanzar, pues sólo así será posible observar cómo las fuerzas democráticas y no democráticas se renegocian constantemente y cómo los medios ciudadanos pueden favorecer su construcción.

De acuerdo con Alfaro (2000), de cara al siglo XXI es necesario transitar de una comunicación popular a otra más ciudadana para lo cual es menester dar algunos pasos. A efectos de este texto mencionaremos solo el primero de ellos, justo el que nos permite ponerla en diálogo con la propuesta de Rodríguez, quien postula la emergencia de un ciudadano empoderado.

Con base en las tesis de la democracia radical de Mouffe, Rodríguez dice que ese movimiento —el que va de un sujeto popular a un ciudadano empoderado!— tiene que ver con la construcción de ciudadanía en el día a día, a través de la participación en las prácticas políticas cotidianas, pues “el ciudadano no es (...) un receptor pasivo de unos derechos y deberes específicos” (Mouffe, citada por Rodríguez), sino un sujeto que se construye. Es allí donde los medios ciudadanos hacen su aporte, desde la práctica comunicativa, desafiando los códigos y las relaciones sociales institucionalizadas y, por lo tanto, alterando el panorama mediático.

Llegados a este punto, podemos afirmar entonces que si en la base de las ex-

“

Si en la base de las experiencias alternativas se encuentra la necesidad y el deseo de expresión pública de los ciudadanos, en contraposición a los medios hegemónicos, es factible coincidir con el investigador británico Chris Atton para quien “la forma más actual de medio alternativo es lo que se conoce como periodismo ciudadano”

”

periencias alternativas se encuentra la necesidad y el deseo de expresión pública de los ciudadanos, en contraposición a los medios hegemónicos, es factible coincidir con el investigador británico Chris Atton para quien “la forma más actual de medio alternativo es lo que se conoce como periodismo ciudadano” (2008: 31). Antes de hacerlo, sin embargo, es necesario un paso previo y es definir entonces qué entenderemos como periodismo ciudadano.

3. EL PERIODISMO CIUDADANO... ¿EXPRESIÓN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA?

Como hemos dicho, en la Sociedad de la Información, con la incorporación de las TIC como objetos de consumo masificado, se han multiplicado las mediaciones de los procesos de comunicación entre los ciudadanos. El establecimiento de la Web 2.0 como un conjunto de plataformas en línea que permiten la interacción y la producción de contenidos por parte de los usuarios, posibilita una nueva cultura de participación que cada día engrandece la ciber plaza pública con nuevas reglas de juego.

Con estos elementos: herramientas, plataformas y usos sociales, surge un individuo empoderado para consumir y pro-

ducir información con unos niveles de autonomía y descentralización nunca antes vistos. A través de una conexión a Internet, con una cámara digital y un teléfono celular, cualquier persona puede crear su propia página web con unidades de información publicadas sin edición previa, álbumes de fotos y contenidos multimedia que juegan en un terreno más horizontal con el resto del ecosistema de medios de comunicación que producen información digital.

Los niveles de incertidumbre sobre esta llegada masiva de nuevos actores, comunicadores espontáneos, ha generado temores, modelos de negocio y arquitecturas de la participación en espacios *online* donde conviven medios tradicionales, emprendedurías 2.0 y voces de infoc Ciudadanos independientes. A este fenómeno complejo, apasionante e incontrolable, se le ha dado el nombre de periodismo ciudadano, aunque sólo describe una pequeña parte del inmenso tejido de interacciones y prácticas comunicativas autónomas de usuarios de la red.

Lo que vemos, por una parte —quizás la más celebrada— son manifestaciones espontáneas de ciudadanos empoderados en sus propias herramientas de difusión e interacción que se valen de la interactividad y de un ciberespacio casi infinito de posibilidades de consumo y producción cultural. Es allí donde el cariz del *periodista ciudadano* ocupa un lugar de referencia, que no de existencia plena, como la participación de más actores en la construcción pública de la información noticiosa, sea como productores o colaboradores.

Este hecho no ha pasado desapercibido por los grandes medios de comunicación que han visto este escenario como una oportunidad para promover sus propios espacios como *corrales* para la producción y la promoción de contenidos. Gracias a los periodistas ciudadanos, el cuerpo reporteroil puede multiplicar sus ojos, mientras que, por otra parte, se ofrece a los infoc Ciudadanos un espacio de alto tráfico y visibilidad bajo el paraguas de una firma comercial reconocida.

Sin embargo, el periodismo ciudadano, como revolución que luego fue fenómeno y ahora sencillamente es una práctica cotidiana de usuarios de tecnologías, generosos con sus observaciones para ponerlos a disposición del mundo, ha tomado diversos y múltiples cauces, que son los que los usuarios desarrollan por su propia cuenta. Siguen pendientes los debates sobre el respeto a los valores y criterios pe-

riodísticos alrededor de una nota realizada por un ciudadano sin formación en ese oficio, y por otro lado la responsabilidad social que pesa sobre los profesionales de la comunicación que con o sin múltiples colaboradores alrededor, deben cumplir con su trabajo.

Desde la lista de teléfonos del celular, hasta la de correos, pasando por canales RSS y nuevos contactos en Facebook, el mundo se conecta de otra forma. Horizontaliza la relación con los medios tradicionales. Y en buena parte genera autonomías, comunidades, complicidades, aprendizajes sociales. Se multiplican los discursos y los encuentros.

Es ese el terreno que sigue siendo proceloso y esquivo para investigadores, medios tradicionales y academias. La Internet de la larga cola. La Internet que es una gran conversa que está empezando a ser entendida por las anteriores estructuras como algo más que un rumor.

El oído experto que ausculta la sociedad, poco a poco va entendiendo que la realidad está compuesta por vida analógica y digital, y últimamente la digital deja un rastro más fiable y exacto de la vida moderna. Es la Internet como correlato de la vida *offline*, la Internet como piel del nuevo infocudadano que se materializa en blogs y redes sociales. Como lo advierten Fogel y Patiño (2008), Internet perfila el final de los medios de comunicación de masas y el final de cierto tipo de periodismo, sumando la observación que en su tiempo adelantara McLuhan: “podemos prepararnos para escribir sobre la condición del hombre salido de la masa a un mundo individualista”.

¿Podrían considerarse estas iniciativas (blogs, redes sociales, etc.) medios alternativos, tal como lo postula Atton (2008)? No necesariamente, pero son una posibilidad que se replantea diariamente. Se han complejizado los formatos y las oportunidades se expanden para los productores y DJ de contenidos. Antes el formato era el cassette clandestino, la transmisora de bajo alcance. La opacidad de las voces que querían ser públicas. Mucho antes fueron las imprentas, los libelos y los pasquines, la tinta ilegal penada con sangre si no había permisos de impresión de las autoridades.

Hoy tenemos tecnologías relativamente baratas, inmediatez, redes sociales digitales, herramientas amigables e intuitivas para los usuarios... pero casi las mismas necesidades estructurales para el desarrollo social. Bien podrían usarse las TIC como pivote de una reconversión. De pueblo a ciudadano. Quizás en este

“

El oído experto que ausculta la sociedad, poco a poco va entendiendo que la realidad está compuesta por vida analógica y digital, y últimamente la digital deja un rastro más fiable y exacto de la vida moderna. Es la Internet como correlato de la vida *offline*, la Internet como piel del nuevo infocudadano que se materializa en blogs y redes sociales.

”

sentido, la formación de *periodistas ciudadanos* devenga en formación de mejores audiencias, sujetos activos en la producción informativa y nuevos modelos colaborativos de construcción de la noticia, donde las multitudes sean fuentes y nodos para relatar el mundo.

CONVERGENCIAS Y DIVERGENCIAS

Pero esa *reconversión*, sabemos, no es un tránsito sencillo ni fácil y, como mínimo, enfrenta dos retos. El del acceso y el de la apropiación. El primero, relacionado con las posibilidades reales de acceder a las herramientas de telecomunicación, hecho vinculado con las brechas sociales; y, el segundo, relacionado con los usos –apropiados o no– que se les dé, los cuales dependen, esencialmente, del grado de infocultura de los ciudadanos, de la formación. Como ha dicho el comunicólogo venezolano Antonio Pasquali (1978), acceso y participación (lo cual resulta medular para generar procesos de apropiación) tienen una relación pendular.

Porque es menester tener claro que cuando hablamos del periodismo ciudadano como una manifestación de comunicación alternativa no nos referimos únicamente a tecnologías. Hablamos de política. Y según Varela (citado por Rojano, 2009), uno de los rasgos más importantes

y distintivos de la blogosfera –una de las plataformas del periodismo ciudadano– es el activismo, su vocación de intervenir en la realidad desde la conversación virtual.

En esa dirección, el periodismo ciudadano mantiene valores que pueden ser comunes a los postulados alternativos, como el mantenimiento de una agenda propia, con preocupaciones, sensibilidades y perspectivas que responden a lo hiperlocal, cotidiano y cercano a las demandas informativas de los ciudadanos. Por otro lado, y aunque se insista en que la digitalidad promueve el aislamiento del individuo, la red demuestra que los ejercicios colaborativos y en red suelen ser comunes entre sus usuarios, prácticas que, sin duda, podemos calificar como alternativas.

Desde la tradición anglosajona, Schaffer (2005), director ejecutivo del J-Lab, se pregunta ¿Es el periodismo ciudadano lo mismo que el periodismo cívico? y se responde: el periodismo cívico busca que los ciudadanos participen en la vida cívica (esfera pública); el periodismo ciudadano busca que se involucren con los medios. No son sinónimos, pero pueden ser simbióticos. Sin duda que ésta es una apreciación atractiva.

Podríamos decir, entonces, que el conjunto de manifestaciones que podrían englobarse bajo la denominación de periodismo ciudadano o cívico son las llamadas, en este nuevo siglo, a confrontar viejas hegemonías: mediáticas y políticas. Si, como sostiene Alfaro, el valor más significativo y todavía vigente de los medios alternativos es su compromiso con las agendas de los sectores socialmente excluidos, habría que preguntarse cómo seguirle abonando a ello con estas herramientas y dentro de un *nuevo* ecosistema mediático, pues mientras la tecnología avanza a pasos agigantados, con la consecuente alteración del ecosistema mediático, igual lo hace la pobreza y la exclusión social con su consecuente estela de reclamos sociales.²

En esta dirección, algunas experiencias, como la campaña por el referendo sobre el Tratado de Libre comercio (TLC) en Costa Rica del año 2007 (Sánchez, 2008), aportan ciertas pistas. Con poco acceso a los medios tradicionales, los grupos de acción social agrupados en las filas del *No*, construyeron una plataforma virtual de participación que logró no sólo establecer conexiones, proponer, generar, analizar y mediar contenidos, sino captar importantes recursos financieros a favor de la propuesta, con los que incluso se

logró pautar anuncios en la TV de cobertura nacional y movilizar a la ciudadanía.

Aunque la posición de los grupos de activistas organizados en la plataforma virtual por el *No* fue inicialmente menospreciada, con argumento de que allí se concentraba apenas una élite minoritaria, gracias a su estrategia, que transitó de la calle virtual a la real (se quemaron discos compactos, se imprimieron folletos, se produjeron micros para la radio... en fin, se combinaron medios y se hizo activismo en red y cara a cara) los argumentos del *No* lograron posicionarse socialmente y hacer contrapeso a los impulsados por el Alianza por el *Sí*, que copaban la radio, prensa escrita y la TV³. Aunque finalmente se impuso el *Sí*, fue por un margen muy estrecho.⁴

Sin embargo, investigaciones como la de Muniz (2007) quien estudió el uso de las TIC por parte de los movimientos sociales en Brasil, con el propósito de determinar si éste contribuía con el fortalecimiento de la organización y su incidencia en la esfera pública,⁵ muestran resultados diferentes. Uno de los hallazgos más notables de este estudio fue que a una tecnología innovadora se le dio un uso convencional, saldo negativo que se le atribuye, entre otros factores, a la falta de capacitación de los usuarios.

Como sostuvimos en los primeros párrafos, si alguna esquina del plano mediático ha sido impactada por el cambio tecnológico, esta es la alternativa. Afortunadamente, ello no ha pasado desapercibido para los actores que tienen años surfando sobre estas olas. Prueba de ello es la preocupación de organizaciones como la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y la Amarc, que han creado un grupo de investigación para discutir el papel de las radios comunitarias en el marco de los cambios tecnológicos.

Uno de los alertas que contiene un documento inicial de trabajo (2008) es el referente al marco regulatorio, dado que éste, obviamente, repercutirá de forma definitiva sobre el accionar mediático. En este sentido –afirman– la discusión no es sólo tecnológica, sino política, lo que pasa por entender la complejidad de los cambios y de los intereses que están en juego, vale decir, comprender que la tecnología es una construcción social y que –nos permitimos añadir– la comunicación es, de acuerdo con Pasquali (1878), el primigenio núcleo relacional alrededor del cual se forman las estructuras sociales.

Podemos coincidir con Mc Luhan. El

“

Podríamos decir que asistimos como testigos y protagonistas a un proceso que opera como una suerte de fuelle que, en potencia, podría ampliar, pero también reducir, el impacto de la acción social.

”

medio es el mensaje... y la Internet porta uno muy valioso. Gracias a su invención ha sido posible el cambio de un paradigma de comunicación vertical, de un emisor a muchos destinatarios, a otro más democrático, de muchos a muchos, factor que ha modificado el campo de lo *alternativo* donde se vive una explosión y reconfiguración de prácticas comunicativas.

Quizás no sea temerario afirmar, entonces, que vivimos la *disolución* de lo *alternativo* y la emergencia de lo ciudadano, tal y como lo concibe Rodríguez (2001):

Los medios ciudadanos surgen del entrecruce de tres elementos: ciudadanos urgidos por satisfacer sus propias necesidades de información y comunicación; un contexto socio cultural que plantea al mismo tiempo ventajas y obstáculos para su apropiación, y la búsqueda de estrategias dirigidas a aprovechar las fisuras del sistema dominante de medios.

Para concluir, es necesario resaltar que tanto las experiencias de comunicación alternativa como las de periodismo ciudadano que hemos referido tienen como común resistencias e insistencias. Resistencia a poderes hegemónicos que atentan la democracia e insistencia en el reconocimiento de sectores invisibilizados que, sin duda, gracias a las TIC tienen mayor proyección.

Como divergencias podemos señalar que, de forma general, las experiencias de comunicación *alternativa* que conocimos el pasado siglo respondieron a colectivos locales o a *vanguardias comunicaciona-*

les aliadas a colectivos. En la actualidad, si bien es posible observar iniciativas de desarrollo local que buscan posicionarse en el espacio mediático, lo más evidente es la emergencia de ciudadanos anónimos en el discurso público, vale decir, una *explosión de interpretaciones* sobre diversos temas de interés público, pero también –y ello es muy importante– la *explicitación pública de la subjetividad* (Requejo, 2008:87).

De acuerdo con Raboy y Solervinces (2005) las redes electrónicas constituyen una nueva forma de tejido social a través del cual fluye información que genera nuevos significados y consecuencias para el activismo político. La masificación tecnológica y la generación de plataformas participativas han hecho que las iniciativas locales se globalicen y, a la vez, que los asuntos globales cobren localización. Podríamos decir que asistimos como testigos y protagonistas a un proceso que opera como una suerte de fuelle que, en potencia, podría ampliar, pero también reducir, el impacto de la acción social.

Porque el asunto no es sólo tecnológico, ésta se potencia cuando, apegada a realidades locales concretas, personas o grupos son capaces de sintonizar sensibilidades que les permiten la extensión de sus horizontes, el enriquecimiento de sus perspectivas y el trabajo conjunto. Lo reduce cuando, *globalizadas* (despegadas del terreno como globos aerostáticos) o interconectadas en pequeños guetos, se aíslan de lo real y se balcanizan al nutrirse única y exclusivamente de voces coincidentes, pues como señala Arroyas (2006):

Aunque Internet aumenta la facilidad para establecer nuevos vínculos sociales, los usuarios tienden a conectarse con personas con las que comparten intereses y a elegir sitios y grupos de discusión que refuerzan sus creencias políticas (...) lo cual puede generar un diálogo de sordos en el que nadie escucha opiniones contrarias a las suyas.

RETOS Y DESAFÍOS

Uno de los cambios más notorios del panorama mediático es que Internet, como medio convergente, está trastocando la naturaleza de los medios de comunicación tradicionales, reconfigurando, por no decir disolviendo, el *mainstream* mediático que nos era familiar. Como adecuadamente lo establecen Fogel y Patiño (2007), este es un medio *carente de masa*,

construido a la carta por el usuario y sin discurso propio.

Si acaso tiene uno, añadiríamos nosotros, es el que muestra una pantalla dividida en múltiples ventanas: desordenado y fragmentado. La audiencia está cada vez menos convocada en torno a un mensaje unipolar y se congrega alternativamente –o en simultáneo– alrededor de diversos nichos. Además, técnicamente estos nuevos *destinatarios* están en capacidad de producir sus propios mensajes, sin intermediarios, siempre y cuando tengan las capacidades técnicas e intelectuales para aprovechar esta nueva vía que se le ofrece, tanto de de retorno como de irrupción por cuenta propia.

Regis Debray (citado por Fogel y Patiño, 2007) asegura que cada cambio de tecnología trae consigo un cambio en la *cleratura*. Los pontífices del siglo XXI estarían entonces hoy representados por Google y demás algoritmos (dos nuevos han surgido hace pocos días: Bing/MS y Wolfram Alpha) diseñados para ayudar al usuario a buscar lo que le interesa en la jungla de la sobreinformación.⁶

Internet vive cambios internos y acelerados como la irrupción del *tiempo real colectivo*, gracias a plataformas masivas de microblogging como Twitter, que favorecen la cobertura masiva de eventos locales y globales más rápido que la velocidad de procesamiento de los buscadores. Junto a esto, irrumpen nuevas plataformas colaborativas como Google Wave⁷, que siguen ampliando las dudas en un mundo que gira en otra órbita y a otra velocidad. Esto, como advierte Aguirre (2008:82), es una novedad histórica que ocasiona, en vez de certezas, más incertidumbres. En otras palabras: desafíos adicionales.

Un par de preguntas nos interpelan: ¿Entonces cuáles son los medios que formarán cultura común en un país? (Correa, 2009), ¿Cómo regenerar la confianza social y la correlación de opiniones en esta fragmentación descomunal? (Aguirre, 2008).

Ambas cuestiones recogen el riesgo que advirtiera Gómez (1998) hace más de una década: que las redes de comunicación electrónica (era el término al uso) no conduzcan al fortalecimiento de la esfera pública, sino que contribuyan con su fragmentación gracias a la proliferación de múltiples comunidades de interés, estrechamente enlazadas entre ellas, pero –paradójicamente– desconectadas del tejido social cotidiano.

Para contrarrestar ese riesgo, Según Miel (2008), estas experiencias deben estar ligadas a organizaciones cívicas ya

“

Internet vive cambios internos y acelerados como la irrupción del tiempo real colectivo, gracias a plataformas masivas de microblogging como Twitter, que favorecen la cobertura masiva de eventos locales y globales más rápido que la velocidad de procesamiento de los buscadores. Junto a esto, irrumpen nuevas plataformas colaborativas como Google Wave

”

existentes –en vez de pretender crear nuevas basadas exclusivamente en lo mediático– y siempre recordar que la tecnología es sólo una parte de la foto, que el trabajo duro, en realidad, es lograr que la gente se involucre.

Lo tiene claro la Fundación Knight, institución que financia proyectos periodísticos innovadores, la cual, en una especie de declaración de principios, establece:

Los periódicos solían ser el pegamento que mantenía unida a las comunidades. Las noticias que se imprimían ayudaban a la gente a identificar los problemas y a trabajar juntos para encontrar soluciones. La tecnología ha cambiado todo. La mayoría de nosotros utilizamos la Internet, los teléfonos celulares y demás aparatos para enterarnos de lo que pasa, pero aunque la tecnología nos conecta con el mundo, nos puede dejar desconectados de nuestra comunidad geográfica. Queremos ayudar a la gente usar la tecnología para saber lo que quieren saber y lo que necesitan saber para mejorar sus vidas. Queremos reunir a la gente en el mundo real a través de la tecnología.⁸

¿Y LAS ESCUELAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL?

¿Cómo están respondiendo las escuelas que forman comunicadores a estos nuevos

escenarios? Si coincidimos con Aguirre (1998), quien sostiene que las reformas curriculares de las escuelas de comunicación social han estado vinculadas, entre otros factores, a la diversificación exigida por la reconversión tecnológica de los medios, lo primero que habría que apuntar es que con absoluto retraso.

No nos contamos entre quienes privilegian la capacitación instrumental por sobre la formación humanística, pero en la actualidad luce cuesta arriba pensar en formar profesionales para la comunicación sin considerar la necesidad de que éstos se adentren en los entresijos de la Sociedad de la Información, asunto que pasa por la experimentación del nuevo ecosistema mediático hipertecnologizado en el que se van a desenvolver. En nuestro criterio, hoy más que nunca se hace necesaria una formación reflexiva desde un intensivo quehacer práctico.

Y ello es escaso en el país. Baste con señalar dos casos, los de las Universidades del Zulia (LUZ) y de Los Andes (ULA) que, junto con la Central de Venezuela (UCV) y la Bolivariana (UBV), son las únicas universidades públicas⁹ que ofrecen la carrera de Comunicación Social. Ambos planes de estudio puede afirmarse, lucen gravemente desactualizados.

La Escuela de Comunicación Social de LUZ, si bien fue pionera en 1985 en la inclusión de “la primera cátedra sobre TIC en una universidad venezolana” (Neumann, 2006: 226) hoy sólo cuenta –paradójicamente en la mención periodismo impreso– con una materia más en esta área, denominada periodismo electrónico, la cual comenzó siendo electiva y terminó incluida como obligatoria (en el noveno semestre), en la reforma curricular de 1995.

De igual forma la ULA, que trabaja bajo el régimen anual, sólo ofrece dos materias del área: introducción a la computación, del primer año; y producción de medios, en el cuarto, incorporada en la revisión curricular de 1998. La evolución de esta cátedra, de acuerdo con los modelos pedagógicos aplicados, está recogida en un denso artículo de la profesora Patricia Henríquez (2006), con amplia formación en las áreas de educación e informática, quien ha sido su responsable desde entonces. Vale destacar que aunque esta materia contempla la realización de un *periódico digital*,¹⁰ éste es un portal estático, suerte de periódico tradicional colgado en la red que no hace uso de las herramientas interactivas que brinda la web 2.0.

Tanto en el caso de LUZ, como el de la ULA, es necesario apuntar también que las mencionadas cátedras se ofrecen en espacios poco idóneos para la docencia. Hablamos de salas de redacción con equipos obsoletos y serios problemas de conexión, situación que tiende a agravarse debido a la progresiva disminución del presupuesto destinado por el Estado al financiamiento de las universidades públicas autónomas.

La otra arista de la relación, la referida a la comunicación comunitaria o para el desarrollo, tampoco muestra una faz muy diferente. En ese particular debemos destacar que en LUZ desapareció la única materia que abordaba estos temas, *periodismo y comunidad*, fundada por el maestro Ignacio de la Cruz. Luego de su jubilación, a mediados de los años ochenta, Jesús Urbina (actual jefe de la cátedra ética y legislación de los medios y del periodismo) introdujo como electiva la materia periodismo vecinal, que se dictó entre los años 1988 y 1989.

La ULA, cuya oferta curricular se distingue por ofrecer las menciones de Desarrollo Económico, Científico y Humanístico (y no gradúa, como LUZ o UCV, especialistas en Impreso y Audiovisual) cuenta con sólo una materia –comunicación para el desarrollo– común para todas las menciones en el cuarto año, que se trabaja de manera autónoma, sin vinculación con el resto de la malla curricular, con excepción de la cátedra de periodismo científico.

De cara a los nuevos tiempos, y en consonancia con lo que hemos venido planteando, habría que pensar en el diseño de una materia de corte experimental, tipo laboratorio, en la que se relacionen de forma creativa ambas dimensiones, vale decir, propuestas para el aprovechamiento del nuevo ecosistema digital en función y en estrecha vinculación con las demandas ciudadanas y las necesidades locales de información.

Es uno de los retos que tenemos por delante, sobre todo si consideramos como una oportunidad el poder articular una propuesta así con la obligatoriedad que tienen los estudiantes de prestar servicio comunitario (Ley del año 2005) que en su artículo séptimo señala como finalidad:

Fomentar en el estudiante, la solidaridad y el compromiso con la comunidad como norma ética y ciudadana. Hacer un acto de reciprocidad con la sociedad. Enriquecer la actividad de educación superior, a través del aprendizaje servicio, con la aplicación

“

De cara a los nuevos tiempos, y en consonancia con lo que hemos venido planteando, habría que pensar en el diseño de una materia de corte experimental, tipo laboratorio, en la que se relacionen de forma creativa ambas dimensiones, vale decir, propuestas para el aprovechamiento del nuevo ecosistema digital en función y en estrecha vinculación con las demandas ciudadanas y las necesidades locales de información.

”

de los conocimientos adquiridos durante la formación académica, artística, cultural y deportiva. Integrar las instituciones de educación superior con la comunidad, para contribuir al desarrollo de la sociedad venezolana. Formar, a través del aprendizaje servicio, el capital social en el país.

¿Y FUERA DE LA ACADEMIA?

Frente a estas carencias de la academia, no sólo venezolana –vale acotar– algunos cambios no dejan de ocurrir en otros espacios. Por ejemplo podríamos leer el mensaje del estudiante de la Universidad Complutense de Madrid, Pablo López, como el llamado de tantos otros jóvenes periodistas en la actualidad:

“No tengo paciencia para presionar a la universidad para que cambie los programas de estudio que tenemos en periodismo. No tengo confianza en los profesores, para que empiecen a enseñar pensando en el panorama que nos vamos a encontrar cuando acabemos la carrera, y no en el que ellos encontraron hace 30 años. El mundo está cambiando y el periodismo también, pero la universidad no, así que vamos a tener que aprender todo aquello que no nos enseñan en la universidad y vamos a tener que ha-

cerlo por nuestra cuenta, buscando ayuda de donde podamos”.¹¹

López participa en un blog colectivo llamado *Sin futuro y sin un duro*, en el que varios estudiantes de España escriben sobre el futuro de la profesión que estudian, pero además desarrollan sus habilidades digitales y, en paralelo, han logrado mayor visibilidad y contrataciones laborales, lo que a la larga desmiente o reta el propio título de su espacio en la Web. Se mantienen estudiando, pero por otro lado aprovechan las nuevas destrezas digitales para que el blog les sirva de caja de arena, carta de presentación y currículum antes de tener la titulación.

De esa misma forma algunas organizaciones sociales han comenzado a configurar respuestas a sus propias necesidades insatisfechas, sea para capacitar a sus propios miembros o para brindar enseñanza sobre herramientas 2.0 a otros. En Venezuela, por ejemplo, la organización Espacio Público ha desarrollado algunos talleres en diversas regiones del país para capacitar a periodistas y personas con perfiles de producción de contenidos, en conocimientos sobre creación y mantenimiento de blogs, como plataformas para diversificar y fortalecer la defensa de la libertad de expresión. Los talleres vienen acompañados de encuentros de bloggers y concursos digitales que llaman y promueven la acción comunicativa en el ciberespacio.

Con una lógica parecida pero con una capacidad mayor de formación, trabaja en España la Fundación Chandra cuyo “Laboratorio de Innovación Social” logró formar a centenares de personas provenientes de ONG del territorio ibérico. Asimismo nuclea los contenidos generados por estas organizaciones en la Web CanalSolidario.org, que funciona como una modesta agencia informativa del tercer sector, con notas que suben desde el activismo formado en sus talleres.

Otra ONG, CeFormaLider, en conjunto con la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), ha realizado tres cohortes de cursos de periodismo ciudadano para líderes comunitarios y público en general reclutados por la organización. En ellos se les brindan nociones sobre medios de comunicación y los estudiantes pueden escoger entre formatos de publicación como blogs, podcast (audio en RSS descargables en Internet) y videos.

También la Asociación Civil Liderazgo y Visión, en conjunto con la red de Acción Social de la Iglesia Católica, he

realizado en Caracas el programa de formación de Infoc Ciudadanos *Gentedeapie.com*. El programa está diseñado para jóvenes periodistas y estudiantes universitarios, los encargados de comunicación de ONG asociadas a la Iglesia Católica, la red Cedice y los activistas de redes de defensa de Derechos Humanos.

De estos espacios de encuentro se teje una nueva relación entre profesionales y ciudadanos, y además se brindan de forma masiva y sistematizada los conocimientos necesarios para apropiarse de las herramientas digitales con usos dirigidos al fortalecimiento de la ciudadanía. Se pasa de la noción de *darle voz a los que no tienen voz* al reconocimiento de la subjetividad de diversos individuos que se empoderan en herramientas digitales para la construcción de un mejor tejido de medios ciudadanos.

También muchos fondos y modelos de formación se mueven a toda velocidad allende nuestras fronteras para fortalecer la formación en herramientas digitales para periodistas. Una suerte de acompañamiento profesional que busca apoyar la triada periodismo-democracia-tecnología: el Knight Center for Journalism, con sede en la Universidad de Austin-Texas, y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, por ejemplo, están desarrollando programas para profesionales que deseen saltar la brecha digital y adquirir nuevas competencias laborales. Promueven cursos presenciales con maestros de periodismo o a través de plataformas *e-learning* dirigidas a profesionales específicos para desarrollar algunas destrezas: investigación asistida por computadoras, actualización docente, estadística y matemáticas para periodistas, coberturas electorales, talleres de crónica, etc. También, con sus particularidades, han gestado su propia red regional que aprovecha las particularidades de cada país, pero se apoya en las ventajas de tener en América Latina una zona de lenguas comunes y sistemas políticos con crisis similares.

Otro espacio de formación fuera de las aulas lo constituye la misma red, lo que exige del interesado una actitud de cazador furtivo de espacios y fuentes de formación en acción. Por ejemplo funciona en la plataforma de redes sociales *Ning*, un colectivo llamado "Internet no muerde: Periodistas en tiempos de migración" (www.periodismo3cero.ning.com). También han aparecido blogs dedicados a seguir el curso de los nuevos medios y el fin de la prensa tradicional, como www.233grados.com, www.1001medios.com y [“](http://www.</p>
</div>
<div data-bbox=)

Y aunque buena parte de la materia gris en torno a la comunicación está hoy volcada en el tiempo real de la Internet, también los encuentros, foros y congresos se han convertido en los espacios para compartir innovaciones y poner en común las nuevas incertidumbres del campo.

”

periodismociudadano.com, que relatan la transformación día a día, cuando no la construyen ellos mismos.

Y aunque buena parte de la materia gris en torno a la comunicación está hoy volcada en el tiempo real de la Internet, también los encuentros, foros y congresos se han convertido en los espacios para compartir innovaciones y poner en común las nuevas incertidumbres del campo. En este sentido son muchos los espacios donde se está discutiendo el futuro de la prensa local, alternativa, participativa, ciudadana y todos los adjetivos que el uso de las nuevas tecnologías está llevando a redescubrir en las novedosas prácticas comunicativas en sociedades más complejas y con Internet como segunda piel.

FORMAR ES...

Como dijimos, creemos que hoy, más que nunca, es necesaria una formación reflexiva desde un intensivo quehacer práctico. Por ello, precisamente, antes de poner punto final –lo cual no lo hace menos importante– creemos necesario fijar posición sobre este concepto. Cuando nos referimos a la formación no aludimos únicamente a cuestiones procedimentales, de capacitación o adiestramiento. Con base en lo expuesto acerca de la Sociedad de la Infor-

mación, que optamos por asumir –al menos como *desideratum*– como una *de la comunicación*, asumimos el que propone la hermenéutica filosófica de Hans Georg Gadamer (1999), vinculada con la noción de diálogo y alteridad, una que llama a un entendimiento de fondo que incluye la apertura hacia los puntos de vista de los otros. La Sociedad de la Información nos pone frente a nuevos retos y afrontarlos implica la realización de un esfuerzo comprensivo dentro de un horizonte que es histórico, político y también ético.

- **Raisa Urribarrí**
Periodista con postgrado en Ciencias de la Comunicación, mención TIC.
- **Luis Carlos Díaz**
Tesista en Comunicación Social (UCV) en trámites de grado con una tesis sobre infoc ciudadanía. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

REFERENCIAS

- AGUIRRE, J.M. (1998): *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela*. Caracas: UCAB.
- _____ (2008): "Ciberperiodismo: ¿Un posperiodismo?". En: Arcila, C. (Coordinador). *Comunicación digital y ciberperiodismo. Nuevas prácticas de la comunicación en los entornos virtuales*. Caracas: UCAB.
- ALER y AMARC (2008): *La radio popular y comunitaria en la era digital*. Documento de trabajo. <http://www.aler.org/> [Junio, 2009]
- ALFARO, R. (2000): "Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones". En: *Razón y Palabra* No. 18. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n18/18alfaro.html> [Junio, 2009]
- _____ (2007): *Viajando con la ciudadanía hacia democracias comunicativas*. Tercer Congreso Latinoamericano y Caribeño de Comunicación. <http://www.comlac.org/index.php5?seccion=5&id=1> [Junio, 2009]
- ARROYAS, E. (2006): "Los blogs: perspectivas individuales en el espacio público". En: *Global Media Journal*. Volumen 3, Número 6. <http://gmje.mty.itesm.mx/arroyas.htm> [Junio, 2009]
- ATTON, C. (2008): "Bringing alternative media practice to theory: Media power, alternative Journalism and production". En: Pajnik, M. and Downing, J. *Alternative media and the Politics of Resistance. Perspectives and Challenges*. Eslovenia: Institute for Contemporary Social and Political Studies.

Lecturas y apuntes recomendados sobre los cambios en el Periodismo

Manifiesto de Internet: Cómo funciona el periodismo hoy.

Versión en inglés (The Guardian):
<http://www.guardian.co.uk/media/pda/2009/sep/08/internet-manifesto-future-journalism>
 Versión en español:
<http://uberblogged.com/periodismo/como-funciona-el-periodismo-hoy-manifiesto/>

Los medios tienen que cambiar para seguir haciendo periodismo.

Conclusiones del II Congreso andaluz de periodismo digital. Septiembre 2009
<http://www.asociacionpda.com/?p=40>

Los 10 mandamientos de Soitu.es

http://www.soitu.es/blog_inicio_soitu/presentaciones/10mandamientos.html

Decálogo sobre Comunicación digital de 223grados.com

<http://www.233grados.com/blog/2008/10/post.html>

25 ideas para periodistas que pretenden que Internet no les pase por encima.

Javier Barrera
<http://periodismoalpilpil.blogspot.com/2008/03/25-ideas-para-periodistas-que-pretenden.html>

El nuevo perfil del periodista exige coordinar comunidades online

Christian Espinosa.
<http://www.coberturadigital.com/2009/07/08/el-nuevo-perfil-del-periodista-digital-exige-coordinar-comunidades-on-line/>

Checklist de competencias, habilidades digitales básicas.

Dolors Reig.
<http://www.dreig.eu/caparazon/2009/09/16/checklist-competencias-habilidades-digitales-basicas/>

Somos protagonistas de las nuevas certezas (Jeff Jarvis).

Dolors Reig.
<http://www.dreig.eu/caparazon/2008/04/22/somos-protagonistas-de-las-nuevas-certezas/>

El rol de los estudiantes de periodismo en el nuevo mercado informativo.

Jeff Jarvis.
<http://www.233grados.com/blog/2009/03/jarvis-2.html>

Newspapers Vs Bloggers: The new news process.

Jeff Jarvis.
<http://seekingalpha.com/article/141872-newspapers-vs-bloggers-the-new-news-process>

Product v. process journalism: The myth of perfection v. Beta culture.

Jeff Jarvis
<http://www.buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/>

Los periodistas de América Latina quieren aprender nuevas formas de narrar en Internet. Informe FNPI

<http://www.fnpi.org/noticias/noticia/articulo/primer-gran-encuesta-sobre-necesidades-de-formacion-para-medios-digitales-en-america-latina-1/>

How Google Wave could transform journalism.

Mark Millian
<http://latimesblogs.latimes.com/technology/2009/09/google-wave-collaborative-journalism.html>

Real life tips for changing newsrooms

Paul Bradshaw.
<http://paulbradshaw.posterous.com/real-life-tips-for-changing-ne>

The new rules of news.

Dan Gillmor.
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/cifamerica/2009/oct/02/dan-gillmor-22-rules-news>

10.000 words. 7 ways to keep journalism alive.

<http://www.10000words.net/2009/10/7-ways-to-keep-journalism-alive-without.html>

Informe European Digital Journalism: How the digital age has affected journalism

<http://www.europeandigitaljournalism.com/default.asp>

CAÑIZÁLEZ, A. (2000): "Una apuesta a la información con nuevas tecnologías desde la sociedad civil". En: *Razón y Palabra*. no. 18.

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n18/18acanizales.html>
 [Junio, 2009]

_____ (2007). *Pensar la Sociedad Civil. Actores sociales, espacio público y medios en Venezuela*. Caracas: UCAB.

CASTELLS, M. (1997): *La sociedad red*. Madrid: Alianza.

CORREA, C. (2009): Conversación personal.

DELGADO, C. (2008): En: Guanipa, M. "Servicio público en radio y TV". En: *Comunicación* 144 (p. 117) Caracas: Centro Gumilla.

FOGEL, J.F. y PATIÑO, B. (2008): *La prensa sin Gutenberg*. Madrid: Punto de Lectura, SL.

GÓMEZ, R. (1998): "The nostalgia of virtual community: a study of computer-mediated communications use in colombian non-governmental organizations". En: *Information Technology & People*. Vol. 11 No. 3 (217-234).

GUTTMAN, C. (2003): *Education in and for the Information Society*. Paris: UNESCO-WSIS.

HENRÍQUEZ, P. (2006): "Formación universitaria en periodismo digital: Caso Universidad de Los Andes". En: Rojano, M. (Coordinadora). *Diez años de periodismo digital en Venezuela (1996-2006)*. Caracas: UCAB.

HUESCA, R (2001): "El estudio de los nuevos movimientos sociales para renovar la investigación de la comunicación para el desarrollo". En: Gumucio, A. y Tufte, T. (2008): *Antología de Comunicación para el Cambio Social. Lecturas históricas y Contemporáneas*. New Jersey: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc.

MIEL, P. (2008): Media Re:Public: My year in the church of the web. Nieman Report The Search for True North: New directions in a new territory. <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100693>

[Junio, 2009]

MOLINUEVO, J.L. (2007): *De las utopías digitales a las utopías limitadas*. I Conferencia Internacional Ciberciudadanía y Derechos digitales. Gobierno Electrónico y Nuevos Derechos Humanos. Madrid. Mimeo.

MUNIZ, J. (2007): "Las TIC y los movimientos sociales en Brasil: La reproducción de los sentidos convencionales". En: Cremona, F. *Comunicación para el cambio social en América Latina. Prácticas de articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación*. Buenos Aires: ALER

NEUMAN, MI (2006). Los periodistas digitales todavía no nacen: se hacen. Caso del estado Zulia. En: Rojano, M. (Coordinadora). *Diez años de periodismo digital en Venezuela (1996-2006)*. Caracas: UCAB.

PAJNIK, M. y DOWNING, J. (2008): "The challenges of "nano-media". En: Pajnik, M. and Downing, J. *Alternative media and the Politics of Resistance. Perspectives and Challenges*. Eslovenia: Institute for Contemporary Social and Political Studies.

PASQUALI, A. (1978): *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Avila Editores.

_____ (2002): Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información: Dos precauciones a



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

tomar. Ponencia presentada en la apertura del encuentro latinoamericano: ¿Y por qué no una sociedad de la comunicación? Quito. Mimeo.

RABOY, M. y SOLERVINCES, M. (2005): "Medios de Comunicación". En: Ambrosi, A. et al. *Palabras en juego. Enfoques multiculturales sobre las sociedades de la información*. París: C&F éditions.

REQUEJO, J. (2008): "Personalización del discurso: el potencial de los weblogs para transformar la esfera pública". En: *Comunifé* 8 (80-100).

RODRÍGUEZ, C. (2001): *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media*. Creskill, NJ: Hampton Press.

ROJANO, M. (2009): *La Blogosfera y las empresas informativas de prensa*. Ponencia presentada en el 2do Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación. Isla de Margarita.

SAHUÍ, A. (2002): *Razón y espacio público. Arendt, Habermas y Rawls*. México: Ediciones Coyoacán.

SALAZAR, M. y LAURÍA, C. (2009): Informe especial: Con crónicas sobre Cuba, los blogueros ofrecen nueva esperanza.

SÁNCHEZ, A (2008) *Activismo en línea: otras maneras de incidir*. Costa Rica: Cooperativa Sulá Batsú.

<http://www.sulabatsu.com/recursos/articulos/Activismoenl%EDnea.pdf> [Junio, 2009]

SCHAFFER, J. (2005): "Citizen media: Has it reached a tipping point?" En: *Nieman Report* Vol 59 No. 4 (24-26) (on Citizen Journalism). Boston: The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University.

WOLTON, D. (2006): *Salvemos la comunicación*. Barcelona: Gedisa.

NOTAS

1 Sociedad civil es pueblo organizado que asume sus propios intereses y sus derechos (CORREA, C. En: Cañizález, A. (2007): *Pensar la Sociedad Civil*. Caracas: UCAB.

2 En Venezuela, durante el primer cuatrimestre de 2009 se observa una totalidad de 759 manifestaciones públicas. Esto representa aproximadamente la mitad de las manifestaciones totales de 2008 (...) las demandas de calidad de vida se mantienen constantes siendo las laborales y las de derecho al trabajo las principales. Informe Provea-Espacio Público del 4 de junio pasado. <http://bit.ly/sLKrI>

3 Como experiencia local podemos referir la campaña Internet Prioritaria que iniciamos desde la ULA y que justo en estos momentos cobra vida en Internet. Más información en <http://www.nosumacero.org/internet-prioritaria-ciudadanos-en-red-formando-opinion-publica-en-la-plaza/>

4 Al respecto vale la pena señalar las opiniones de Carlos Delgado Flores sobre la experiencia del referendo del 2 de diciembre en nuestro país. Ver: revista *Comunicación* No. 144 pp.117.

5 Según este autor, ambas dimensiones deben asociarse pues la incidencia depende de la organización. Lo ideal -acota- "sería el fortalecimiento de los movimientos sociales bajo la dimensión socio-organizacional, lo que implicaría un nivel más intenso de intervención pública". (p. 104)

6 Los cinco primeros sitios de consulta, según Ale-

xa.com son Google, Yahoo, Youtube, Facebook y Windows Live. También es preciso mencionar la alianza de Google con algunos medios para ofrecer, en un solo sitio, acceso a un conjunto de ellos <http://fastflip.googlelabs.com/>

7 <http://wave.google.com/>

8 Traducción propia de: Newspapers used to be the glue that held communities together. The news they printed helped people identify problems and work together to find solutions. Technology has changed everything. Most of us use the Internet, cell phones and other gadgets to find out what we want to know. Although technology connects us with the world, it can leave us disconnected from those in our geographic community. We want to help people use technology to find out what they want to know and what they need to know to improve their lives. We want to bring people together in the real world through technology. <http://www.newschallenge.org/faq>

9 Once instituciones privadas también ofrecen la carrera. Son las Universidades Católica Andrés Bello (Caracas), Católica Cecilio Acosta (Maracaibo), Santa Rosa de Lima (Caracas), Fermín Toro (Barquisimeto), Rafael Belloso Chacín (Maracaibo), Yacambú (Barquisimeto), Santa María (Caracas), Bicentenario de Aragua (Maracaibo), Monte Avila (Caracas), Arturo Michelena (Valencia) y Santa Inés (Barinas).

10 <http://web.ula.ve/nucleotachira/vinculate/index.php>

11 <http://sinfuturoysinunduro.com/2009/10/08/estudiantes-ha-llegado-nuestra-hora/>

Municipio Guaicaipuro del estado Miranda

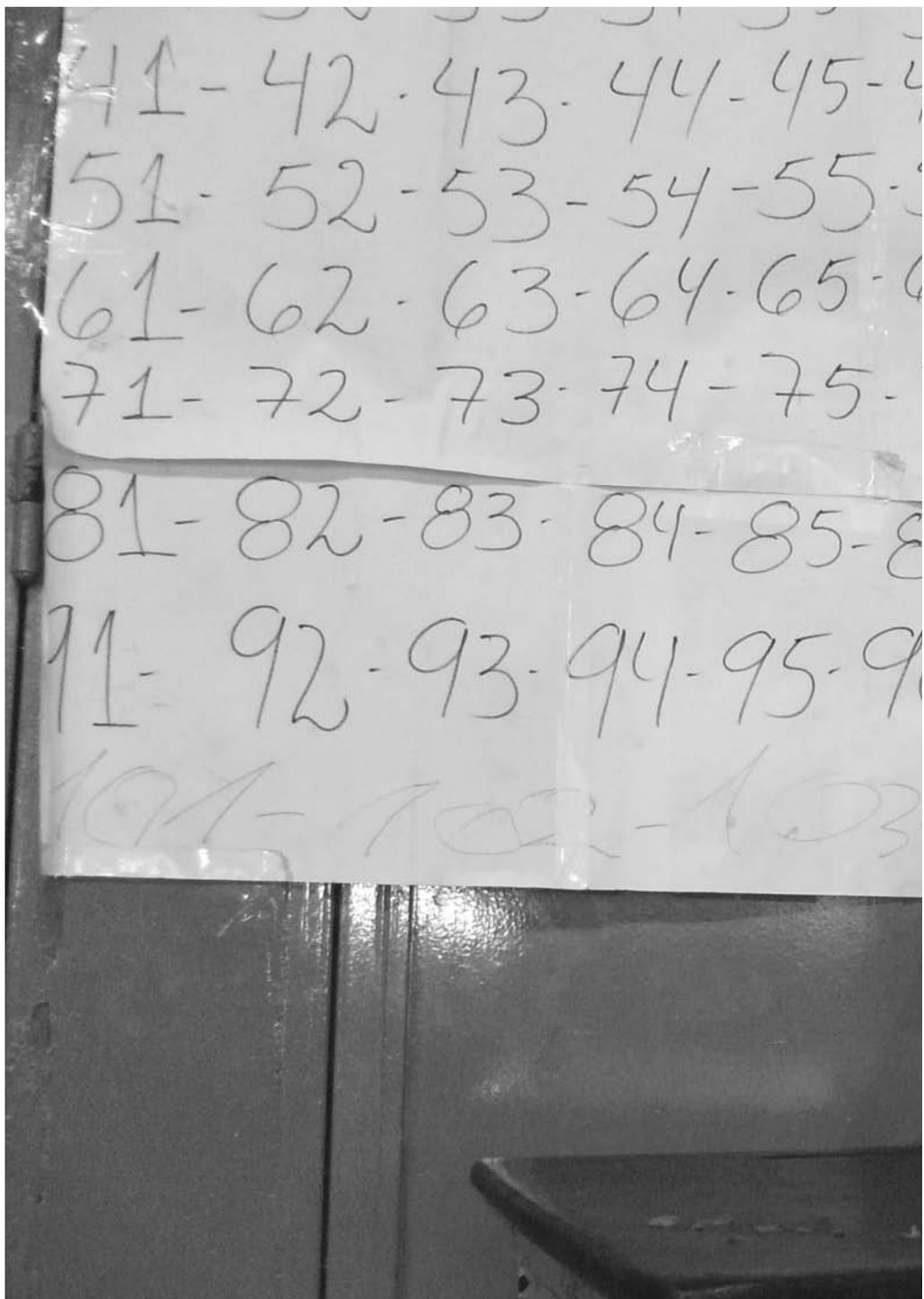
Estudio exploratorio de

Resumen

Se trata de una investigación exploratoria que indagó las cuatro radios comunitarias que hacen vida en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda, con la finalidad de detectar si el contenido que ellas transmiten está relacionado directamente con los problemas de la comunidad. Igualmente, a través de la entrevista y la encuesta, se le preguntó a una muestra de miembros de esa colectividad si ellos se sienten tomados en cuenta y si la posición política de los fundadores de la estación comunitaria está influyendo en su línea programática.

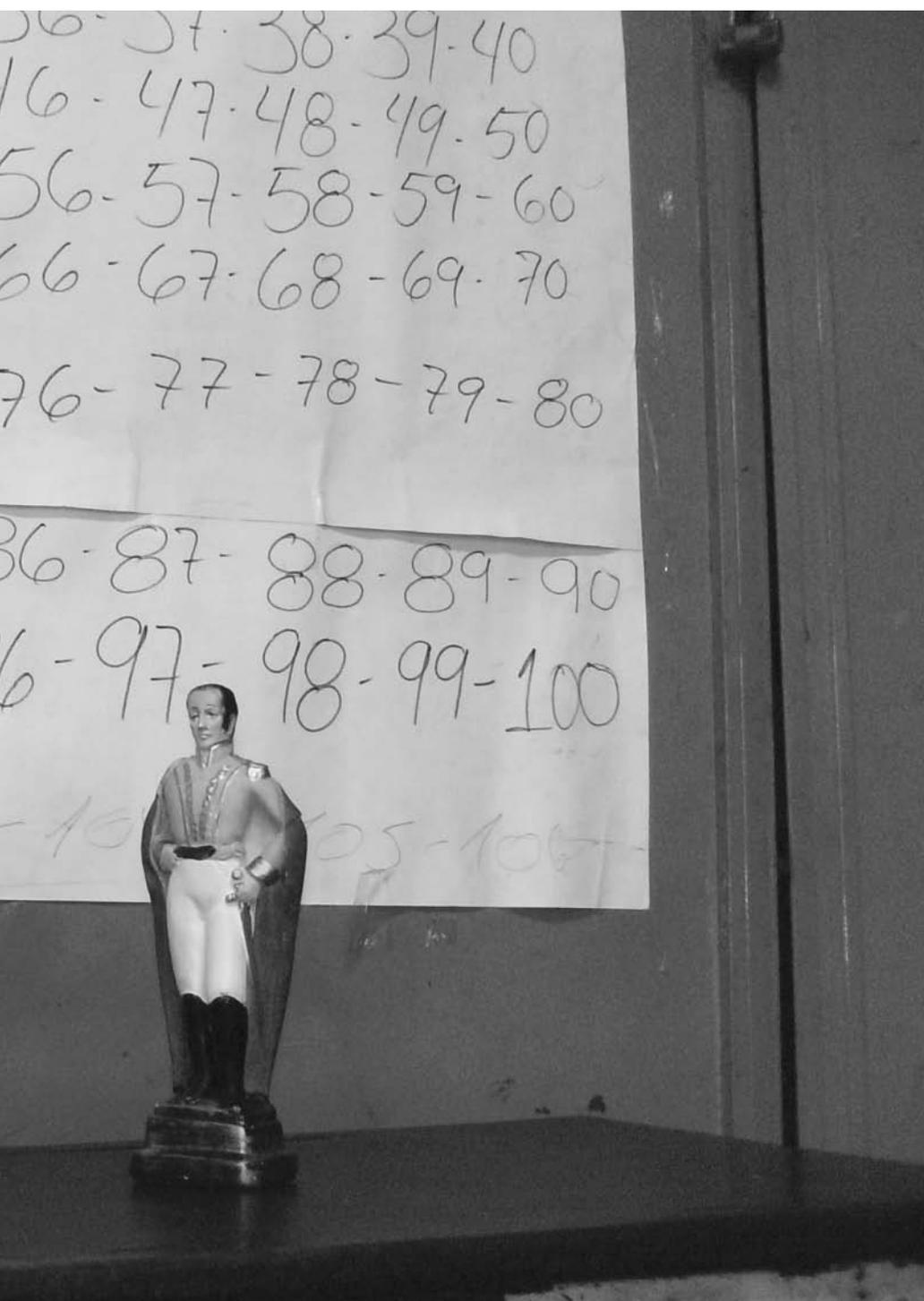
Abstract

Is about and explorative research that searched four comunitary radios that work on Guaicaipuro city hall on Miranda's state with the aim of detect if their content is directly related with the community problems. Alike, trough interviews and polls made to community members, was questioned if they fell considered and if the founder's politic points of view are influencing the line program.



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

las radios comunitarias



Los medios alternativos o comunitarios vuelven a ser motivo de discusión debido al planteamiento de modificar la ley que rige el ejercicio profesional del periodista e incluir a aquellos en la misma. Mientras tanto nuevas investigaciones surgen al respecto. Éste es el caso del Trabajo de Grado de la Universidad Católica Andrés Bello titulado *Estudio exploratorio de las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guacaipuro del estado Miranda*.

Dicha investigación –tal como lo expone el título– tiene como finalidad explorar si las cuatro radios comunitarias habilitadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), en el municipio Guacaipuro del estado Miranda, constituyen una alternativa comunicacional para solucionar los problemas que afectan a las comunidades que representan. Igualmente se investiga, mediante observación directa, entrevistas y encuestas, si los miembros de la comunidad se sienten tomados en cuenta por dichas emisoras y si la posición política de los fundadores y/o directivos de las estaciones estudiadas influye en la programación.

Con el propósito de obtener información útil para este estudio no experimental, se realiza la respectiva consulta bibliográfica y se aplican entrevistas a un representante de Conatel, a los directivos de las emisoras y encuestas a los integrantes de cada una de las comunidades donde funcionan dichas estaciones radiales.

Para los efectos de esta investigación se delimitó intencionalmente la muestra a habitantes del municipio Guacaipuro con edades comprendidas entre 20 y 34 años. El Instituto Nacional de Estadística (INE) para el año 2008 estimaba que existían 84.551 habitantes en el municipio Guacaipuro con el rango de edad establecido (<http://www.ocei.gov.ve>, disponible en diciembre 1, 2008). Además, se le da prioridad a estos grupos de edad que están residenciados en las parroquias donde se encuentran ubicadas las cuatro radios habilitadas.

Como el muestreo es no probabilístico, se aplica el cuestionario por cuotas a una muestra de 200 personas. De esta forma, se hace una división equitativa del número de la muestra entre las cuatro emisoras existentes. Tal segmentación se realiza debido a que cada radio comunitaria ha hecho el mismo esfuerzo y cumplido los mismos requisitos para llegar a los habitantes de su parroquia, sin importar el tamaño de la misma.

CONCEPTO DE RADIO COMUNITARIA

Los objetivos sociales por los que debe luchar una radio comunitaria son los que la distinguen de una emisora comercial, más allá de la cobertura, características técnicas, propiedad del medio o anuncios comerciales. Estos medios fueron creados para orientar su quehacer diario al servicio de la comunidad (LÓPEZ, 1996. p.p. 51-56). Entendiendo comunidad como aquella que comparte un espacio geográfico y una identidad (intereses, lenguaje, entre otros) que surge de una situación de igualdad, real o potencial, del sujeto y que hace a su existencia dentro de la sociedad.

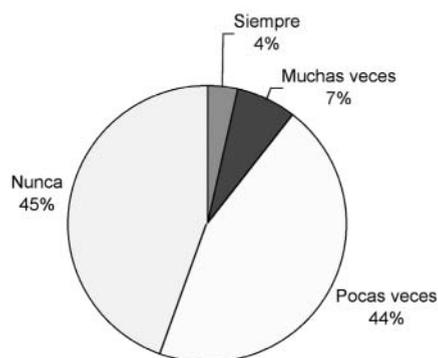
RADIOS COMUNITARIAS EN EL MUNICIPIO GUAICAIPURO

Según María José Abatemarco, líder de proyecto del departamento de Acompañamiento Técnico de Conatel, en entrevista personal realizada el 8 de septiembre de 2008, en el estado Miranda hay un total de 20 radios comunitarias habilitadas. Mientras que en el municipio Guaicaipuro hay cuatro; sin embargo, no descarta que existan otras que estén trabajando clandestinamente.

Las radios comunitarias estudiadas son pioneras en este tipo de medios en el país, por lo cual fueron unas de las primeras en obtener los permisos emitidos por Conatel. Tienen una historia en común, pues todas compartían un mismo transmisor de cinco vatios –traído de Inglaterra– con el que salían al aire clandestinamente una vez a la semana, algunos durante la década de los 90 y otros ya en el nuevo siglo.

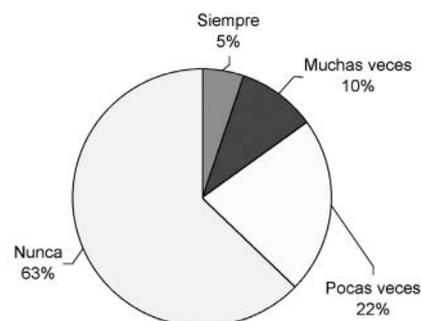
En el año 1991, los creadores de la emisora que ahora se denomina *La Voz de Guaicaipuro* empezaron a soñar con un medio comunitario popular, pues escucharon experiencias de compañeros en Caracas, que ya se habían atrevido a montar una radio de este tipo. De forma autogestionada compraron su primer transmi-

Gráfico 1.
¿Escucha la radio comunitaria de su sector?



La mayoría de los encuestados (45%) escucha pocas veces la radio comunitaria de su sector. Mientras que un porcentaje muy similar (44%) respondió que no la escucha nunca. Estos resultados evidencian que los mensajes de las radios comunitarias estudiadas no están llegando lo suficiente a los consultados.

Gráfico 2.
¿Se siente tomado en cuenta por la radio comunitaria?



La mayoría de los consultados (60%) no se siente tomada en cuenta por la radio de su comunidad, es decir, existe poca vinculación entre las emisoras comunitarias y los encuestados.

tor, construyeron su primera antena artesanal y algunos meses después encendieron los equipos.

Posteriormente comenzaron a transmitir sus conocimientos a personas de otras parroquias del municipio dedicadas al movimiento popular. De esta manera, las comunidades de Altagracia de la Montaña, Cecilio Acosta y Paracotos, también se iniciaron en el mundo radiofónico. Sin embargo, el trabajo era arduo debido a que trasladaban el transmisor de una parroquia a otra. Las cuatro radios salían por el dial 93.5 FM porque era el que estaba libre y limpio. Este proceso duró aproximadamente un año y medio, cuando decidieron dejar el transmisor en una sola emisora para que no se dañara.

En 1999 se instaura un nuevo gobierno que promete darle más poder al pueblo. A finales de 2001 se decreta el Reglamento

de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin Fines de Lucro, pero no es hasta principios de 2002 cuando es publicado en *Gaceta Oficial*. Este instrumento legal pone fin a los tiempos de clandestinidad de las radios del municipio Guaicaipuro, ya que sus creadores inmediatamente después de publicada la normativa se dirigen a Conatel para legalizarse.

Los representantes de las cuatro radios comunitarias habilitadas –Eleazar Jiménez (*La Voz de Guaicaipuro*), Graciana Ricabarra (*San Diego*), Hipólito Torres (*Yoraco*) y Aníbal Carrasco (*Salvemos La Montaña*)– coinciden en que pasaron aproximadamente un año reuniendo todos los recaudos para que Conatel certificara las emisoras que dirigen como comunitarias de servicio público, sin fines de lucro.

Durante sus más de seis años de funcionamiento legal, las radios comunitarias de Guaicaipuro nunca han recibido una amonestación del ente rector, aunque representantes de este organismo o del Ministerio de Comunicación e Información las supervisan una o dos veces al año.

Estas radios transmiten, principalmente, mensajes publicitarios de pequeños comerciantes de la comunidad a quienes les cobran 100 bolívares fuertes mensuales por rotativas que pueden salir hasta ocho veces diarias. Además, creen en el trueque. Por patrocinio pueden recibir 80 bolívares fuertes mensuales. (En el Anexo incorporamos la parrilla típica de la programación, que es semejante en todas ellas).

La Voz de Guaicaipuro 102.9 FM

Durante sus primeros cinco años, esta radio funcionó en un pequeño local arrendado. Hoy en día se encuentra en el Núcleo de Desarrollo Endógeno Zuruapa Zuruapai, ubicado en el sector 23 de enero de Los Teques. Transmite las 24 horas del día y hasta diciembre de 2008 tenía aproximadamente 70 programas al aire. Algunos nombres de los mismos son: “Buenos días Guaicaipuro”, “Chito rojo rojito”, “Quinto motor”, “La hora del Trabajador”, “Desayuno criollo”, entre otros.

El presidente de la estación, Eleazar Jiménez, aclaró que no son una radio *chavista* ni comunista, aunque el proyecto de radio comunitaria haya salido de los modelos comunistas. “Nosotros creemos en el poder del pueblo. No somos radio del Gobierno, porque desde el día que seamos radio del Gobierno, no vamos a poder criticarlo”.

Igualmente, aseguró que la imparcialidad no existe. Por eso las radios comuni-

tarias son parciales con el pueblo, con las personas necesitadas. “A *La Voz de Guaicaipuro* puede venir todo el mundo, es verdad que la mayoría es chavista porque en las radios comerciales no pueden dar sus opiniones las personas de izquierda”. Reciben las denuncias de todas las personas que tengan bases o pruebas para plantearlas.

Aseguró han tenido muchos problemas con el ex gobernador oficialista Diosdado Cabello, porque como todos los gobiernos, tenía fallas y en la radio las criticaban. “Hacíamos críticas constructivas y eso no le gustaba. No tenemos bozal de arepa”.

En cuanto a los aspectos técnicos de la radio que preside, Jiménez destacó: “la baja calidad, si es que la hay, es técnica y eso es cuestionable”, Tienen más bajo alcance en comparación con las radios comerciales; pero no necesitan mayor capacidad porque sólo tienen que llegar a la parroquia Los Teques.

San Diego 95.1 FM

La radio nace como una iniciativa de la Casa de la Cultura de San Diego de los Altos, que era una asociación civil. Sale al aire por primera vez el 7 de diciembre de 2001, todos los domingos de 1:00 a 6:00 de la tarde con equipos que, semanalmente, recorrían los Altos Mirandinos. Actualmente, laboran en una casa de familia llamada Samay Huasi, en la calle Codazzi del sector La Chancleta.

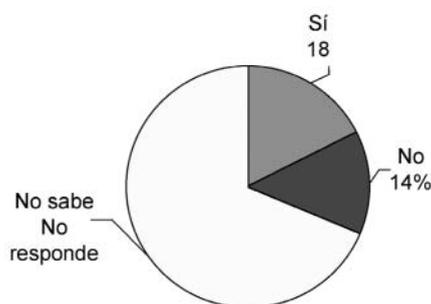
Entre situaciones que han denunciado en la radio y han conseguido respuesta por parte del gobierno; está la ayuda al sector de Cocorote para resolver sus problemas de parásitos e insalubridad. Sin embargo, en la emisora *San Diego* aclararon que es mentira que la radio resuelva problemas. Simplemente comunica, al comunicar se le está dando una valoración a algo, se le está dando la capacidad de incidencia. La radio es un poder.

“La tendencia político partidista no influye en la programación. Nosotros no firmamos un contrato de condicionalidad. La comunicación tenemos que asumirla y a cualquiera que sepa de algo y que tenga el deseo de transmitirlo tiene un espacio asegurado aquí. Nosotros estamos claros en que de un lado y de otro te dicen mentiras, por eso hay que creer en la vida misma, en lo factible. Por ejemplo, según lo que yo he visto, la misión Barrio Adentro le ha hecho un gran bien al país”, opinó Graciana Ricabarra, coordinadora de la emisora.

En radio *San Diego* no tienen miedo de que los acusen de contrarrevolucionarios,

Gráfico 3.

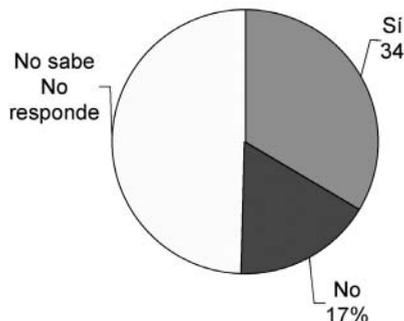
¿Las autoridades han resuelto los problemas denunciados?



Leyenda: La mayoría de los encuestados (137 personas) no sabía o no respondió si las autoridades habían resuelto alguno de los problemas denunciados en la radio comunitaria de su sector.

Gráfico 4.

¿La radio comunitaria de su sector está politizada?



La mayoría de los consultados (99 personas) no sabía o no respondía a la pregunta de si la radio comunitaria de su sector estaba politizada. Un 34% contestó que sí estaba parcializada a favor del oficialismo, pues difundían tanto información como opinión en beneficio del Gobierno y propaganda electoral de sus candidatos.

porque creen que los chavistas bien comprometidos no tienen tanta franela roja. Admiten que la gente que más ha luchado por la comunidad está inclinada hacia la tendencia política de izquierda y al mismo tiempo son partidarios del chavismo.

Ricabarra también mencionó: “Hay que diferenciar político-partidismo de político. Todo lo que uno hace es político. Nosotros cuestionamos ampliamente la política de *Venezolana de Televisión*. Consideramos que eso es completamente equivocado y también criticamos la política de *Globovisión*. Ambas son equivocadas porque se basan en lo publicitario y la publicidad para manipular conciencias. El desarrollo del contenido es lo que a mí me va a permitir estar de acuerdo o no. La realidad trasciende la politiquería. Toda acción que beneficie a la comunidad, debe ser divulgada, venga de donde venga”.

Admite que muchas radios están politizadas hacia una tendencia partidista porque el país es así y nunca un medio ha sido imparcial.

Por otra parte, en esta radio, aunque tiene ciertos problemas técnicos por la topografía de la zona en la que funciona y la interferencia de radios comerciales, la entrevistada cree que la connotación de baja calidad o de radios mediocres ha sido producto de cómo los medios privados quieren que sean vistas. No obstante, aunque no sean periodistas, están seguros de que transmiten programas con calidad de contenido y que se escuchan bien. “El hecho de que no tengamos un certificado de locución no quiere decir que no tengamos una capacitación, que no hagamos ejercicios para tener buena dicción. El mejor evaluador que va a decir si somos malos o no, va a ser la gente”.

Yoraco 94.5 FM

Desde el 21 de diciembre de 2001, *Yoraco* empezó a salir al aire los viernes desde la 1:00 de la tarde hasta las 7:00 u 8:00 de la noche. Ahora trabaja las 24 horas de los siete días de la semana. Transmitía desde un cuarto en el sector El Latón de Paracotos. Después de un año y medio, el presidente de la Casa de la Cultura Francisco Palacios le hizo una especie de comodato y ahora funciona en este lugar.

La programación es variada. Busca el balance y procura incentivar la música venezolana. Todavía tiene bloques de horario sin programas. La mayoría de los programas son en vivo. Todos los domingos transmite “Aló presidente”.

Hipólito Torres, presidente de la estación, manifestó que no piden carnet de algún partido político como recaudo para entrar a la radio. Los que quieran conducir un programa deben ser de la comunidad y el mensaje que quieran transmitir debe estar acorde con la misma. Estos son los requisitos que pedimos. “Cuando empezamos aquí, gente de la oposición era quien nos prestaba equipos ¡claro!, nosotros sabemos que si no fuera por este proceso revolucionario, las radios comunitarias no existirían y por eso la mayoría de nosotros tenemos un compromiso con el Estado”.

Han tenido problemas porque cuando han hecho críticas constructivas, las autoridades de turno –afines al presidente Chávez– los tildan de contrarrevolucionarios. Torres sospecha que algunos recursos que han solicitado no llegan porque los representantes de algún escalafón gubernamental

mental están molestos con sus críticas.

Considera que no están politizados, pero admite que hay radios que sí pueden estarlo. “De repente la comunidad sí nos percibe como una radio política. Pero nosotros tratamos de llevar un mensaje plural porque si no seríamos una radio del Estado. Tenemos que aprovechar la oportunidad de poder criticar”.

Técnicamente, trabajan con pocos equipos. No tienen la calidad que puede tener una radio comercial porque no cuentan con los recursos económicos y, al mismo tiempo que salen al aire, deben educar a las comunidades que participan en la radio.

Salvemos La Montaña 109.3 FM

Inspiradas por rescatar el patrimonio histórico-cultural indígena del territorio en el que viven, varias personas de Altigracia de la Montaña empezaron toda una investigación, por lo que están llevando a cabo un proyecto que incluye a la radio, pero ésta no es el centro. Su objetivo es hacer saber las bondades agrícolas, artísticas y turísticas que tiene la parroquia. Se ubicaban en el núcleo rural N° 68. En el 2004 se mudaron al primer piso del centro de acopio de Laguneta de la Montaña.

Como estuvieron fuera del aire casi un año debido a problemas técnicos, en diciembre de 2008 apenas se estaban reincorporando y no tenían una parrilla de programación. No obstante, en *Salvemos La Montaña* están conscientes de que muchas personas los consideran una radio chavista. “Me temo que es porque con la llegada del Presidente, se potenciaron las radios comunitarias existentes y surgieron muchas otras vinculadas al mandatario nacional”, expresó Aníbal Carrasco, presidente de la emisora.

Saben que muchas personas los perciben como una radio de mala calidad, pero dicen que esa percepción surgió por la mala publicidad que le hicieron las emisoras privadas. “En este momento nosotros somos la única radio comunitaria que está haciendo ruido, las demás no. Nuestro problema sí puede ser técnico, pero con respecto al contenido, nosotros contamos con excelente programación radial”, detalló Carrasco. También necesitan repetidoras.

COMPARACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR CADA UNA DE LAS RADIOS ESTUDIADAS

En las cuatro radios comunitarias estudiadas la tendencia de los resultados fue la

misma. Sin embargo, algunos aspectos que pueden destacarse como pequeñas diferencias son:

- Radio *San Diego* fue la que obtuvo mejores resultados, tomando en cuenta que –en comparación con las otras radios– los encuestados recordaban más el nombre de la emisora (35 personas) y la escuchaban en mayor medida aunque fuera pocas veces (31 sujetos). Debe destacarse que fue donde hubo mayor número de consultados que respondieron que estaba politizada (25 individuos).
- *Salvemos La Montaña* fue la que presentó peores resultados. Sólo cinco personas recordaban su nombre y 50% de los consultados no la había escuchado nunca. Vale recordar que estuvieron más de un año fuera del aire, situación que se vio reflejada en los números obtenidos.
- *Yoraco* fue la que obtuvo mejores resultados en el ítem N° 8, referido a si la radio comunitaria difundía lo que realmente estaba pasando en la comunidad. 28 personas de las 50 consultadas en la parroquia Paracotos respondieron afirmativamente. También alcanzó las mejores cifras en la pregunta N° 2, la cual trata sobre si los encuestados se sienten tomados en cuenta por la radio comunitaria. 20 individuos contestaron que pocas veces.
- *La voz de Guaicaipuro* fue la que reflejó el mayor número de consultados que no sabían o no respondían la mayoría de las preguntas. 33 personas de las 50 encuestadas nunca habían escuchado *La Voz de Guaicaipuro* y eso ocasionó que no supieran las respuestas de muchos de los ítems posteriores.

CONCLUSIONES

- a) La mayoría de los encuestados nunca ha escuchado la radio comunitaria de su sector o la ha escuchado pocas veces.
- b) Más de la mitad de las personas consultadas nunca se ha sentido tomada en cuenta por su radio comunitaria.
- c) Un alto porcentaje de los consultados desconoce si gracias a las denuncias, formuladas a través de la radio, las autoridades han resuelto algún problema que afectara a la comunidad.
- d) La mitad de las personas encuestadas, desea que en su radio comunitaria se transmitan más denuncias acerca de los problemas que afectan a su sector; sin

embargo, nunca ellos han intentado presentarlas.

- e) El 89% de las personas consultadas, considera que las radios comunitarias deberían mantener una postura político-partidista equilibrada e imparcial.
- f) La mitad de las personas encuestadas, no sabe si la radio comunitaria de su sector está politizada, mientras un 33,5% considera que sí lo está.
- g) Los fundadores de las cuatro radios habilitadas en el municipio Guaicaipuro, tal como lo expresaron en las entrevistas, son de izquierda y afines al “chavismo”.
- h) Los fundadores de las radios comunitarias investigadas manifiestan que su posición política no influye en la programación, ni en el trato que dan a las personas y, en especial, a los invitados de los diferentes programas. Según los resultados obtenidos, los miembros de la comunidad encuestados no tienen la misma opinión.
- i) Hasta ahora (enero de 2009), las radios comunitarias habilitadas por Conatel en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda, no constituyen una alternativa comunicacional eficiente, que contribuya a solucionar los problemas de la comunidad.

■ **Mireya Rodríguez Da Silva, Aura Daniela Velazco Egresadas de Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello.**

REFERENCIAS

- LÓPEZ VIGIL, J. I. (1996): *Radios comunitarias: buenas ondas de la sociedad civil*. Quito.
- KAPLÚN, M. (1985): *El comunicador popular*. Quito: Ciespal.
- O’SULLIVAN, J. (1989): *Alternativas comunicacionales en Venezuela: experiencias*. Caracas: UCAB.
- AGUIRRE, Jesús María (1981): “La comunicación alternativa”. En: revista *Comunicación*, N° 35-36, Centro Gumilla.
- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (2008): *Sistema Público Nacional de Comunicación Popular, Alternativa Comunitaria*. Caracas: MINCI.
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones <http://www.conatel.gov.ve> (recuperado el 5 de agosto de 2008).
- Instituto Nacional de Estadística: www.ocei.gov.ve (recuperado el 1 de diciembre de 2008).

Anexo: Programación típica

Tabla 1. Programación de la mañana de *La Voz de Guaicaipuro*. Diciembre, 2008 (facilitada por Eleazar Jiménez).

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
5 a 8 a.m.	BUENOS DIAS	BUENOS DIAS	BUENOS DIAS	BUENOS DIAS	BUENOS DIAS	7 A 8 a.m. FUENTE	7 A 8 a.m. CON MARÍA HOMBRES
	GUAICAIPURO	GUAICAIPURO	GUAICAIPURO	GUAICAIPURO	GUAICAIPURO	DE AGUA VIVA	NUEVOS EN CRISTO
8 a 9 a.m.	CHITO ROJO ROJITO	UNA VENTANA AL ÉXITO	PRESENCIA UNIVERSITARIA	UNA VENTANA AL ÉXITO	MUSICAL	LA HORA DEL TRABAJADOR	DESAYUNO CRIOLLO
9 a 10 a.m.	EL SOLAR DE LOS ABUELOS	DIÁLOGO COOPERATIVO	CHITO ROJO ROJITO	CHITO ROJO ROJITO	QUINTO MOTOR	LA HORA DEL TRABAJADOR	DESAYUNO CRIOLLO
10 a 11 a.m.	EL SOLAR DE LOS ABUELOS	DIÁLOGO COOPERATIVO	CHITO ROJO ROJITO	NECESARIO ES VENCER	PURO FOLKLORE PURO	VOCES INFANTILES	LOS TEQUES EN EL RECUERDO
11 a 12 a.m.	SOCIALISMO ECOLÓGICO	LA VOZ DE TÁCATA	PLANETA EN COMA	NECESARIO ES VENCER	PURO FOLKLORE PURO	SHABONO	LOS TEQUES EN EL RECUERDO

Tabla 2. Programación de la tarde de *La Voz de Guaicaipuro*. Diciembre, 2008 (facilitada por Eleazar Jiménez).

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
12 a 1 p.m.	NECESARIO ES EL PUEBLO	GUAICAIPURO HABLA	DIGNA Y MIRIAN CUENTAN	NECESARIO ES EL PUEBLO	MUSICAL	OPERACIONES PREVENTIVAS	ALÓ PRESIDENTE
1 a 2 p.m.	MISIÓN CULTURA CORAZÓN ADENTRO	LA ROCKOLA AL SON DE LOS TEQUES	DIGNA Y MIRIAN CUENTAN	CULTURA Y REVOLUCIÓN	MISIÓN CULTURA CORAZÓN ADENTRO	LOS TEQUES DE AYER Y HOY	ALÓ PRESIDENTE
2 a 3 p.m.	MUSICAL	LA ROCKOLA AL SON DE LOS TEQUES	AQUÍ CON EL LICEO	CULTURA Y REVOLUCIÓN	OÍDO AL TAMBOR	LOS TEQUES DE AYER Y HOY	ALÓ PRESIDENTE
3 a 4 p.m.	PROCESOS HISTÓRICOS	VISIÓN POR DENTRO	DE HECHO Y DERECHO	TOBOGÁN DE CHUCHERÍAS	EL TRECHO	PIEZAS MAESTRAS	ALÓ PRESIDENTE
4 a 5 p.m.	PROCESOS HISTÓRICOS	MUSICAL	MUSICAL	CONTACTO MARCIAL	EL TRECHO	PIEZAS MAESTRAS	ALÓ PRESIDENTE
5 a 6 p.m.	NOSOTROS SÍ TENEMOS HISTORIA	ENTRE SONES Y CUEROS	LA VOZ DE LOS CONCEJOS COMUNALES	ARTE POÉTICO MUSICAL	LA VOZ DE LOS CONCEJOS COMUNALES	LOS CARA SUCIAS	TEATRALIDADES
6 a 7 p.m.	A LO NATURAL	ENTRE SONES Y CUEROS	UN PARENTESIS CON LOS VALORES	ARTE Y PARTE	MUSICAL	LOS CARA SUCIAS	TEATRALIDADES

Tabla 3. Programación de la noche de *La Voz de Guaicaipuro*. Diciembre, 2008 (facilitada por Eleazar Jiménez).

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
7 a 8 a.m.	LATIDOS POR MINUTO	VIAJE AL FONDO DEL ROCK	CON EL MARTILLO DANDO	ARTE Y PARTE 7: 30 CONTRATEMAS	BLUES, JAZZ Y ALGO MÁS	LA VOZ DE LA GAITA	PALABRA, SONIDO Y PODER
8 a 9 a.m.	DE VUELTA AL EDEN	VIAJE AL FONDO DEL ROCK	INFORME LVG	CONTRATEMAS	BLUES, JAZZ Y ALGO MAS	LA VOZ DE LA GAITA	PALABRA, SONIDO Y PODER
9 a 10 a.m.	REDENTOR	REDENTOR	REDENTOR	REDENTOR	CON CLAVE Y SAOCO	RUMBA LATINA	ROCK EN TU CIUDAD
10 a 11 a.m.	LA NOTA AZUL	ISLA DE LUNA	DE GUATAKA	MÚSICAL DE LOS OCHENTA	CON CLAVE Y SAOCO	RUMBA LATINA	ROCK EN TU CIUDAD
11 a 12 a.m.	LA NOTA AZUL	ISLA DE LUNA	DE GUATAKA	MUSICAL DE LOS OCHENTA	CON CLAVE Y SAOCO	RUMBA LATINA	ROCK EN TU CIUDAD
12 a 1 p.m.	LA NOTA AZUL	ISLA DE LUNA	DE GUATAKA	MUSICAL DE LOS OCHENTA	MUSICAL	RUMBA LATINA	MUSICAL

Comunicación es cualquier cosa

—Conversando con Raúl Fuentes Navarro—

El director de la carrera de comunicación social de la Pontificia Universidad Javeriana seccional Cali, aprovechando la última reunión de la Red de Homólogos de Comunicación de Ausjal en México, conversa con uno de los investigadores más importantes de América Latina, el profesor Raúl Fuentes Navarro del Iteso de Guadalajara. La conversación gira sobre la pertinencia de los estudios de comunicación, sobre los egresados y lo que están aprendiendo y saben hacer, acerca de la acreditación o las competencias (término de moda en las universidades),... Al final Fuentes Navarro dice que “las preguntas por la comunicación han cambiado”. ¡Es que son otros tiempos!

■ Jorge Manrique Grisales

A Raúl Fuentes Navarro hay que buscarlo entre montañas de libros y papeles en su oficina de la Universidad ITESO de Guadalajara. A pesar de la proliferación de celulosa, él sabe exactamente dónde está aquello que necesita o que alguien le consulta. En este santuario, la silla está ubicada detrás de una trinchera de libros y materiales argollados o sueltos de todos los tamaños y colores. Su espacio parece una cautivante selva de conocimientos en la que proliferan muchas especies.

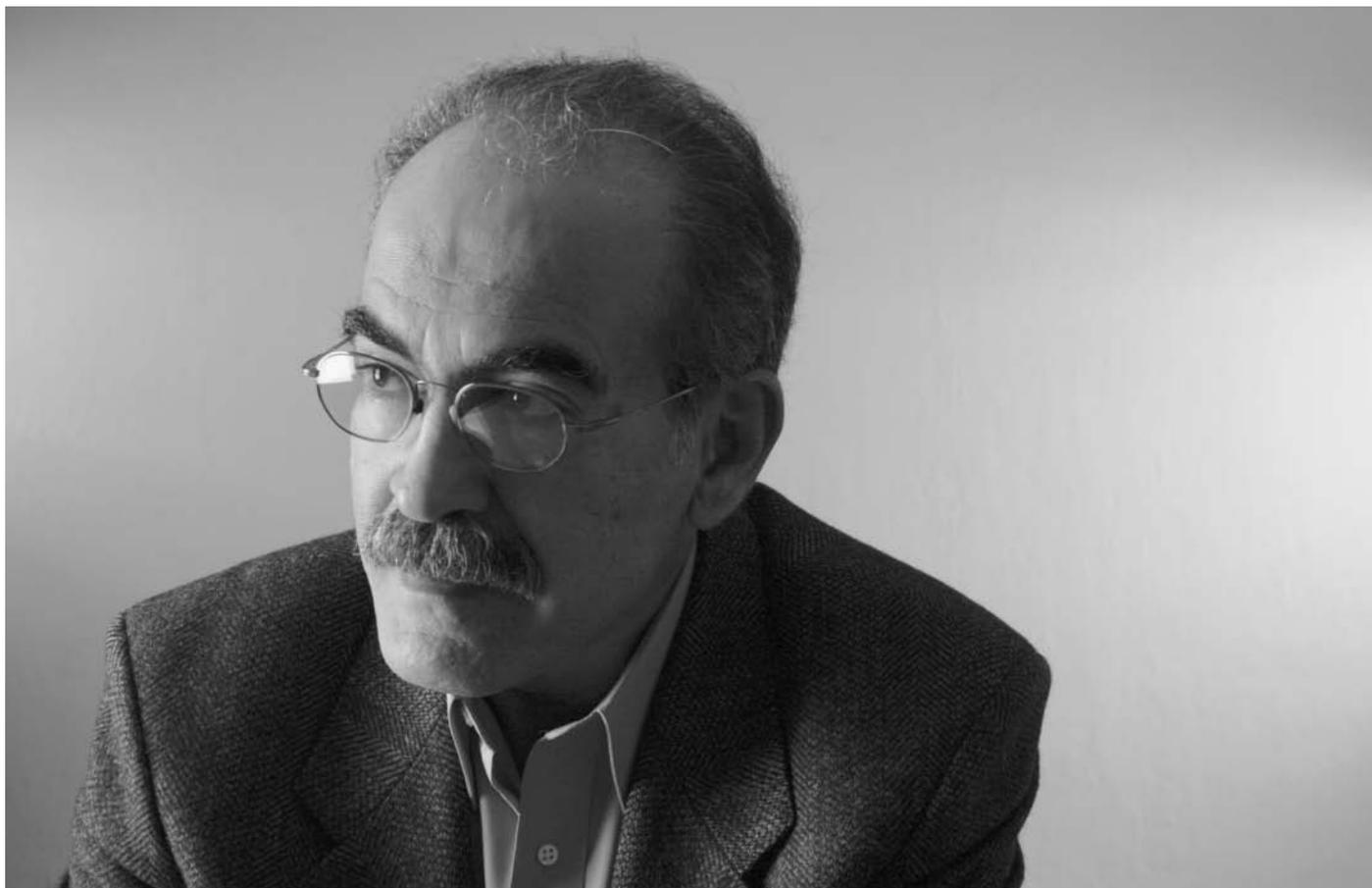
Estando allí, resulta difícil vencer la tentación de echarle un ojo a cualquier cosa que uno tenga al alcance de las manos. El dueño de aquel espacio apenas mira por encima de las gafas tratando de ubicar a la persona que viene de Cali, Colombia, y que días antes le solicitó una cita para conversar. Casi que al estilo *paparazzi*, le pido que se tome una foto conmigo en medio de los montones de libros. Accede de buena gana y presta una buena sonrisa. Salimos de allí al aire tibio que recorre el campus de la Universidad jesuita del ITESO, en Guadalajara, México. Todos están allí en vísperas de vacaciones de verano. Se siente cierta emoción contenida en los funcionarios y los pocos estudiantes que aún transitan por allí.

Fuentes me invita a caminar, pero cortésmente le explico que prefiero que nos sentemos primero. Tengo la sensación que si caminamos, las ideas que se agitan en mi cabeza pueden escurrirse por los senderos que llevan a todas partes en el ITESO.

“NADA DE QUÉ PREOCUPARSE”

Estoy al frente de quien como un torero ha lidiado con maestría y distancias precisas el incierto toro de la Comunicación. “Ya no hay que preocuparse”, dice tranquilamente después de escuchar atentamente las razones por las cuales le pedí cita. Por un momento me quedo en la nebulosa. Viajé miles de kilómetros para beber de una de las autoridades académicas más grandes del continente y su respuesta es que “ya no hay que preocuparse”... Espero mientras su vista se fija en un punto incierto por encima de mi cabeza. Comienza a hablar lentamente buscando los enlaces precisos para las ideas...

“... El sentido de las preguntas por la Comunicación ha cambiado....A nadie le interesa responderlas. Hoy las miradas se vuelcan a otros referentes como la acreditación o las competencias”, dice... Caigo



en cuenta que estamos en un proceso de acreditación en Cali y siento algo de culpa por los afanes con los que a veces se abordan estas cosas. Fuentes suelta otra andanada al señalar que hace 25 años en contextos como la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs) el currículo sí era importante para la enseñanza de la Comunicación. "...Hoy es irrelevante pues se atiende más al éxito laboral de los egresados", sentencia.

Lentamente construye el siguiente argumento que viene en forma de pregunta "¿cuántas profesiones puede haber asociadas a la comunicación?". Su mirada se fija en mí con cierto aire retador. Pienso en énfasis, enfoques de programa, en fin, en aquello que sólo vemos y hacemos desde las universidades. No respondo para no embarrarla... Generosamente, él responde su propia pregunta: "Hablamos quizás de cerca de 1.500 figuras profesionales que tienen que ver con producción en muchos formatos... Esto nos lleva a pensar, entonces, ¿Cómo es el mundo profesional de la Comunicación?..." Vuelvo a la nebulosa, pues no sé ahora por dónde va a coger. Aguanto algunas preguntas que comienzan a dar vueltas en mi cabeza a la

espera del desenlace del nuevo interrogante. "...Todo tiene que ver con la dinámica social y los complejos entramados de la Comunicación con la economía, la cultura, la política", señala.

Respiro un poco tranquilo, pues el discurso académico de moda ratifica el cruce de caminos en que se ha convertido la Comunicación. Pero, de nuevo, Fuentes, pone en discusión la forma como lo hacemos en las facultades de Comunicación: "...Nos hemos dedicado a crecer y en el currículo no tocamos el proceso" y a continuación llama la atención sobre lo que debería ser una formación básica en Comunicación: "Hay que retomar los ingredientes básicos de la interacción del sujeto con su entorno, es decir, la capacidad de hablar, escuchar, leer y escribir". La sentencia queda como congelada en el aire hasta cuando suelta otras dos preguntas para recogerla: "¿Qué pasa si el estudiante tiene estos ingredientes básicos?, pero también ¿qué pasa si no los tiene?"

Viene otra pausa mientras prepara la respuesta a sus nuevas preguntas. "La Comunicación se plantea hoy como un asunto ético relacionado con 'el estar' y la responsabilidad, es decir, 'el saber estar'", concluye.

Creo que si por alguna contingencia la charla tuviera que interrumpirse en este preciso instante, al menos me llevaría para Colombia algunas pistas para reencauzar la discusión de aquello de lo que deberíamos ocuparnos las carreras de Comunicación.

Pasan los minutos y seguimos sentados en las bancas de concreto, a la sombra fresca de los árboles en el verde campus del ITESO. Pienso que si le digo que caminemos de pronto se rompa el hilo de la conversación.

Volvemos al sentido de la formación en pregrado y esta vez Fuentes se pregunta ¿para qué un sujeto va a la Universidad? La respuesta no tarda: "Se ha perdido el carácter universal de la Universidad... Sencillamente no se ve... No tenemos idea de cuales son las competencias básicas y cuáles las especializadas en Comunicación... Para verlo habría que hacer un análisis de los egresados y mirar a qué se dedican".

De acuerdo con el investigador, todo queda en manos de un mercado del que emergen nuevas figuras profesionales, entre oficios y actividades, que desdibujan el supuesto formativo de la Comunicación.

PROFESORES QUE ENSEÑEN

Interpretando mi mirada interrogante, Fuentes responde la pregunta que no le alcanzo a lanzar porque la atrapa en el aire antes que salga de mi boca. “Lo que distingue a una verdadera universidad es que tenga profesores que enseñen”, sentencia. Luego explica que la profesión de profesor no puede confundirse con la actividad de alguien que está sólo por momentos y no se involucra en el proceso. Gran preocupación para todos, pues la figura del docente por horas existe en todas partes y muchas veces no sabemos hacia dónde van esas horas de trabajo con los estudiantes.

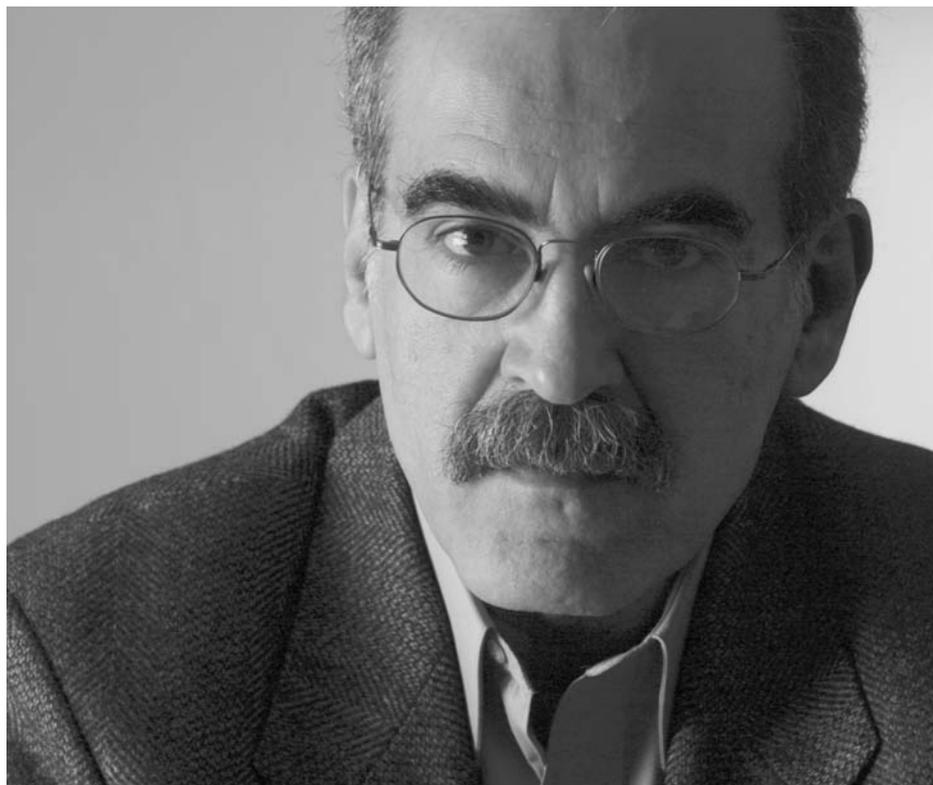
La figura del profesor emerge de los labios de Fuentes como la persona que construye conocimiento involucrándose de manera consistente en un proceso de producción social de sentido, en contraposición con la simple circulación de mensajes, figura a la que se ha reducido el objeto de la Comunicación. “Hoy Comunicación es cualquier cosa... El saber social se ha reducido a procesos instrumentales de ciclo económico corto, con muy bajo nivel de contenido”, señala.

Otra idea muy en boga es la del estudiante-cliente sobre la que Fuentes expresa un profundo malestar. “No se debe tratar a los estudiantes como clientes, pues el cliente siempre tiene la razón, y eso es muy grave para las universidades”. El tema queda allí, pues no admite discusión.

Otra idea que ronda por mi cabeza es la de las formas como los estudiantes se relacionan hoy con el conocimiento. “No podemos pensar en la formación de sujetos para escribir sin leer... El estudiante debe ir descubriendo que hay algo más allá de las clases... Algo que lo lleve a escenarios de interacción social profesional”, afirma el investigador.

A propósito del duelo pantallas vs. libros, Fuentes recordó cómo en un evento académico en México, al que fueron invitados otros importantes académicos de la Comunicación, él concluyó ante el auditorio que para poder hablar de la presunta desaparición de los libros, los eminentes académicos reunidos allí tuvieron que escribir muchos libros... Algunos se molestaron.

Los postgrados en Comunicación en América Latina, como sucede con el campo mismo, han sido objeto de incabables debates. Pensar en un doctorado implica retomar la historia misma del campo y constatar que no estamos organizados disciplinariamente, como ocurre



RAÚL FUENTES NAVARRO

“

“No podemos pensar en la formación de sujetos para escribir sin leer... El estudiante debe ir descubriendo que hay algo más allá de las clases... Algo que lo lleve a escenarios de interacción social profesional”, afirma el investigador.

”

en Estados Unidos. “El punto aquí es la interprofesionalidad... Hay que pasar del pensar al hacer... Necesitamos de gente que se ocupe del campo... Los doctorados no se pueden hacer desde los temas, hay que construirlos desde las personas con proyecto”, concluye.

La charla lleva más de dos horas. Tímidamente, Fuentes saca su paquete de cigarrillos y me ofrece. En otra época, gus-

tos, le hubiera aceptado la invitación. Recordé mis años de reportero de periódico en los que fumaba desesperadamente mientras molía cuartillas. Ahora, simplemente observo como mi interlocutor aspira y lanza el humo lejos de la línea de diálogo que mantenemos... Cambiamos de tercio y ahora sí acepto su invitación a caminar por el campus del ITESO.

■ **Jorge Manrique Grisales**
Magister en Tecnología de la Información Aplicada a la Educación y especialista en informática para la docencia. Actualmente dirige la Carrera de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana Seccional Cali y coordina la Red de Homólogos de Comunicación de AUSJAL.

Creado el frente cultural José Ignacio Cabrujas

Los abusos de poder, las censuras y las discriminaciones en el campo cultural llevaron a un grupo de venezolanos relacionados con el quehacer artístico a formar la Fundación Cultural José Ignacio Cabrujas, explica Tulio Hernández, miembro de la junta directiva de la institución.

Hasta ahora “no ha habido una respuesta contundente de parte de artistas, intelectuales y creadores ante la censura abierta de obras, como por ejemplo la que ordenó Farruco Sesto cuando el jurado había nombrado a Pedro Morales representante de Venezuela en la Bienal de Venecia”, explica el sociólogo. En palabras de Hernández, la organización también se opondrá a hechos de censura directa como las “declaraciones oficiales de que un actor de televisión que haya firmado en el revocatorio no puede actuar en películas financiadas con dinero del Estado o formas explícitas de censura como ocurre en el Celarg, donde le piden a los directores de teatro el libreto para ver si ideológicamente es potable y también el reparto para ver si hay alguien que no está con el Gobierno para pedir que lo eliminen”, recalca. Los artistas e intelectuales suscritos a este organismo, además, lucharán en contra del cierre de espacios culturales como el Ateneo de Caracas, el acoso en contra del Ateneo de Valencia y la autocensura a la que, según Hernández, se tienen que someter los cineastas venezolanos para lograr el financiamiento de sus películas.

LAS CUATRO D

Para luchar en contra de la discriminación ideológica y los atropellos políticos en el campo cultural, la Fundación José Ignacio Cabrujas, representantes del mundo teatral, de la literatura y del cine se ampararán en la Constitución de Venezuela, que sostiene que la creación cultural es libre y que el Estado debe apoyarlas independientemente de su afiliación política.

Las líneas de acción del frente se sustentarán en las cuatro D. “*Documentar*: estamos haciendo un censo, tanto en video como en digital, de todos los atropellos y denuncias de los mismos. *Denunciar*: estamos iniciando un proceso de denuncias públicas nacionales e internacionales. *Demandar*: darle protección jurídica a los artistas que son víctima de esta discriminación. *Debatir*: poner en la mesa de la opinión pública discusiones sobre estos temas”, señala el sociólogo. La recolección y divulgación de las pruebas, según el directivo de la fundación, se realizarán a través de un blog y una página Web. En este espacio cibernético, los usuarios podrán consultar las denuncias concretas y las proposiciones de artistas que con su propia obra reflejan esta realidad.

INVESTIGACIÓN Y DIÁLOGO

La Fundación Cultural José Ignacio Cabrujas ha organizado un conjunto de foros denominados ¿Qué pasa con la cultura en Venezuela?, que comenzaron el 3 de agosto, en el Centro Cultural Chacao, con un debate sobre la eliminación de los

circuitos radiales venezolanos, propuesta por la Asamblea Nacional. “Después seguiremos con una conferencia que se llamará *Censura, autocensura, observación y resignación en el arte venezolano*, que son los cuatro efectos más directos de este proceso. Posteriormente debatiremos sobre la crisis en los museos del país y finalmente hablaremos acerca del personalismo y abuso de poder en la gestión cultural venezolana”, resume Hernández.

Adicionalmente, en la Fundación Cultural José Ignacio Cabrujas trabajará un grupo de investigadores que se dedicarán a construir “el libro negro o el libro rojo de la cultura” y un archivo. Estos documentos serán guardados para que a los venezolanos no se les olvide lo que ocurrió una vez que pase. “Y también estamos poniendo en movimiento manifestaciones que denuncian todos los tipos de autoritarismo. Bajo la dirección de Orlando Arocha, se está representando en los barrios la obra *Ubu Rey*, que es una pieza clásica. El reparto está conformado por actores profesionales y actores aficionados”, concluye Hernández.

IDEA SUSTENTABLE

La Fundación Cultural José Ignacio Cabrujas actualmente se financia con el aporte de los socios. “Vamos a hacer una campaña de incorporación. Aspiramos a recibir a unos 500 socios fundadores, quienes realizarán un aporte mensual”, explica Hernández.

Una de las ideas, agrega el fundador, es que todos los aportes que la gente haga los pueda ver a través de la página Web y que la Fundación sea sometida a “una contraloría social real”. Asimismo, Hernández espera contar con una programación artística que permita que la Fundación sea sustentable y crear nuevos espacios culturales, donde se puedan presentar obras que no sean propuestas comerciales. Aún no se ha confirmado dónde serían las presentaciones teatrales.

Fundación Cultural
José Ignacio Cabrujas



Ingresos de Telefónica en Latinoamérica crecen 4,8%

Los ingresos de Telefónica en Latinoamérica crecieron 4,8% en los tres primeros meses de 2009, hasta los 5.403 millones de euros (unos 7.400 millones de dólares), mientras la base de clientes aumentó 15,8% hasta los 159,4 millones de accesos, informó hoy la operadora.

La operadora destaca los sólidos resultados comerciales y financieros de la región, cuyos ingresos representaron 39% del total del grupo y que se han visto afectados por la depreciación del real brasileño, el peso brasileño (sic) y el peso mexicano, informó EFE. Así, y en un entorno de ligera desaceleración de la actividad comercial del mercado de las telecomunicaciones en el región, Telefónica logró un resultado operativo antes de amortizaciones (Oibda) de 2.081 millones de euros (unos 2.850 millones de dólares). Esto supone un incremento del 10,9 por ciento frente al primer trimestre de 2008. La operadora relaciona el aumento en el número de clientes al impulso del negocio móvil y los accesos de banda ancha y TV de pago. En telefonía móvil, la penetración en la región alcanzó el 83 por ciento y Telefónica llegó a los 124,7 millones de accesos móviles, 20,2 por ciento más que hace un año, gracias al crecimiento de las operaciones móviles de Brasil, México, Perú, Argentina, Chile y Venezuela. En el negocio fijo, Telefónica aumentó 2,4 por ciento su base de clientes, hasta los 34,8 millones de accesos. Hasta marzo, las inversiones de la operadora en la región ascendieron a 475 millones de euros (650 millones de dólares), un 3,6 por ciento más —un 12,6 por ciento en términos orgánico— que en el mismo periodo de 2008.

Por mercados, destaca el peso de Brasil, que aporta el 33,7 por ciento del OIBDA de Telefónica Latinoamérica. En este mercado, la operadora superó los 61,4 millones de accesos y cerró el primer trimestre con unos ingresos de 1.898 millo-



nes de euros (unos 2.600 millones de dólares), 7,8 por ciento más en moneda local. En telefonía móvil, Vivo, la base de clientes alcanzó los 45,6 millones, 33 por ciento más que en marzo de 2008. En Argentina, los ingresos se situaron en 690 millones de euros (unos 950 millones de dólares), 20,6 por ciento más, y el número de accesos alcanzó los 20,8 millones. En Chile, Telefónica cerró marzo de este año con 10 millones de clientes, 6,3 por ciento más, mientras que los ingresos alcanzaron los 452 millones de euros (unos 618 millones de dólares), 1,9 por ciento más. En Perú, la operadora cuenta con 15,2 millones de clientes, 18,6 por ciento más que en

el primer trimestre de 2008, y logró unos ingresos de 429 millones de euros (587 millones de dólares), 9,5 por ciento más. En el caso de Colombia, Telefónica superó los 12,6 millones de accesos, 10 por ciento más, mientras que los ingresos cayeron 6,2 por ciento, hasta los 315 millones de euros (unos 430 millones de dólares). En México, la evolución de la telefonía móvil fue clave para el crecimiento de la base de clientes, 17,9 por ciento más, que alcanzó los 15,6 millones, e impulsó la cifra de negocio 6,5 por ciento, hasta los 359 millones de euros (491 millones de dólares).

En el mercado venezolano, la operadora alcanzó los 11,9 millones de clientes y logró unos ingresos de 883 millones de euros (unos 1.200 millones de dólares), 34,5 por ciento más. En Ecuador, Telefónica terminó el primer trimestre con 3,2 millones de clientes finales, 18,8 por ciento más, mientras que los ingresos alcanzaron los 87 millones de euros (unos 120 millones de dólares), 8,7 por ciento más. En Centroamérica, Telefónica ingresó 150 millones de euros (205 millones de dólares) con 6 millones de accesos, mientras que en Uruguay la cifra de negocio alcanzó los 44 millones de euros (unos 60 millones de dólares), 28,1 por ciento más, con 1,4 millones de clientes.

Bajo la mirada del supremo

*Memoria inmediata, fotografía de prensa en Venezuela, 2004-2009** es una exposición constituida por 105 imágenes, registradas en los últimos 4 años por 70 reporteros gráficos que trabajan para algunos medios nacionales, un periódico extranjero y 3 agencias de noticias.

¿Dónde reside la particularidad de esta muestra si tomamos en cuenta que las imágenes expuestas se publicaron ya en diarios o revistas, han sido fotos/noticias? Para responder a esta inquietud es necesario detenemos primero que nada en la manera como fue organizada, en los temas que representa, hacia dónde dirigen al espectador que las observa transferidas a la pared, extraídas de su primer soporte —el papel—. A pesar de ser imágenes de hechos distintos, ellas logran articularse y estructurar un discurso cuyo argumento central narra el contexto sociopolítico actual del país.

Para *Memoria inmediata*, cada periódico eligió entre cinco y tres fotografías según criterios de importancia en la reciente historia del país, impacto del suceso en la memoria colectiva o especificidad del medio. A excepción de estos impresos, los medios nacionales respondieron a una convocatoria de tema libre con fotos de diferentes contenidos: deportes, manifestaciones culturales, protestas o degradaciones del medio ambiente, pero, aunque la selección es heterogénea, tres temáticas son recurrentes: la miseria, la violencia y Hugo Chávez.

Chávez no sólo aparece en actos de campaña, también las órdenes y estrategias políticas que él imparte desde *Aló, Presidente* se traducen en imágenes. La frase: “La revolución está armada” es representada con fotos de entrenamiento a milicias y de reservistas civiles con rifles kalashnikov; el contacto con terroristas se plasma en una imagen de Gloria Polanco después de ser liberada por las FARC, y la elemental y repetitiva iconografía del



“Yuretci Aguilar y su perro Chocolate” de Jorge Silva (Reuters, 2008).

régimen se formula en un mural ubicado en el barrio 23 de Enero: “La Última Cena pintada por el colectivo Alexis Vivas” de Gil Montañaño (*El Universal*, 2008); en las imágenes del Che, y en la fotografía de Elías Rodríguez (*El Impulso*, 2008).

En la muestra vimos situaciones de pobreza extrema y observamos hechos dolorosos de violencia donde los ciudadanos son los actores de la tragedia, como en la foto: “Bajo la mirada del Supremo” de Daniel Olivares (*El Tiempo*, 2007). Son muy pocas las imágenes de *Memoria*

inmediata que testimonian éxito, por ejemplo, las de deportes o aquella que retrata la esperanza *dudameliana* de la victoria a través de “Yuretci Aguilar y su perro Chocolate” de Jorge Silva (Reuters, 2008). La mayoría de ellas, penosamente, certifican sucesos adversos del pasado inmediato y del presente venezolano.

Cada una de las fotografías ha sido registrada según los principios básicos de la práctica del reportero gráfico: dar testimonio objetivo de acontecimientos reales y captar momentos únicos. Más allá de consideraciones teóricas sobre el punto de vista o la subjetividad del fotógrafo, las imágenes son veraces. Expuestas de manera secuencial, colgadas en un espacio de tránsito —en un estacionamiento— sin narración sucinta que las describa como en el periódico, obligan al espectador a realizar un proceso activo de lectura y reconstruir el sistema de representación, ya que la muestra no nos enfrenta con la mera contemplación. Aquí el sentido de las imágenes se moviliza: dejan de ser noticia de un suceso para denotar /denunciar un escenario de nación. Al mismo tiempo, el significado de las fotos se encuentra fuera de lo que ellas reproducen y expresa más bien el contexto social, político y económico actual. Representan la injusta realidad cotidiana bajo la indiferente mirada del Supremo. Sin los reporteros gráficos, este repertorio de sucesos ocurridos en el país pasaría inadvertido.

*Exposición realizada en homenaje al centenario de Miguel Otero Silva

Sagrario Berti
Para el diario *El Nacional*

Predadores de la libertad de expresión censuran a la prensa



ROXANA SABERI, DE 31 AÑOS, FUE ARRESTADA EN TEHERÁN, EL 31 DE ENERO DE 2009 Y TRAS UN BREVE JUICIO FUE CONDENADA A OCHO AÑOS DE PRISIÓN ACUSADA DE ESPIAR PARA ESTADOS UNIDOS.

Una legislación que cercena la libertad de expresión y censura a los medios de comunicación no es el único mecanismo utilizado para limitar la labor periodística alrededor del mundo. Además de medidas impuestas por gobiernos totalitarios y monarquías absolutistas, existen emisarios de ellos que realizan el trabajo sucio (amenazar, atemorizar y acallar a los medios de comunicación) y grupos armados al margen de la ley que se ensañan con los periodistas que divulgan sus acciones.

La página oficial de Reporteros sin Fronteras (RSF) los cataloga como predadores de la libertad de expresión. Las regiones que más censuran a la prensa son Asia, las ex repúblicas soviéticas, Medio Oriente y África. Sin embargo, en Latinoamérica también existen focos de atención. Los gobernantes de Ruanda, Eritrea, Gambia, Guinea Ecuatorial, Somalia, Suazilandia, Zimbawue, Libia y Túnez someten al escarnio público a los periodistas a través de humillaciones, detenciones arbitrarias, amenazas y atentados con el propósito de acallar las críticas. Mientras que las ex repúblicas soviéticas de Belarús, Kazajistán, Uzbekistán, Azerbaiyán y Rusia, haciendo alarde de su pasado en el eje comunista, recurren a los métodos de represión más brutales: desapariciones y encarcelaciones arbitrarias después de procedimientos judiciales no equitativos. En el caso de Medio Oriente: Irán con un teocracia ultraconservadora a través del guía espiritual, Alí Jamenei, y su presidente, Mahmoud Ahmadinejad,

controlan el espectro radioeléctrico del país y acusan a la prensa crítica de estar manipulada por gobiernos extranjeros. En Irak, Afganistán y Pakistán, por las guerras internas existentes, los grupos extremistas toman como objetivo bélico a los periodistas, siendo la región más peligrosa para cubrir un hecho noticioso. Mientras que en Arabia Saudí, monarquía absolutista, no existe una legislación que ampare a los periodistas, por lo que recurren a la autocensura. La lucha contra el terrorismo y la agitación política regional sirve de pretexto para restringir las libertades fundamentales. En cuanto a Asia, China lidera el ranking como el país con mayor represión a la prensa. Existe un departamento que impide que los medios cubran libremente una situación social. En este marco, el presidente Hu Jintao es uno de los mayores predadores del mundo. Asimismo, en Vietnam, Corea del Norte, Myanmar, Laos, Nepal y Bangladesh limitan desde el contenido de los blogs hasta la navegación, hecho considerado como una disidencia.

En América Latina, Cuba es el único ejemplo regional en agredir sistemáticamente a periodistas y la libertad de expresión. Todos éstos están tipificados como predadores de la libertad de expresión, parecen profundizar sus políticas de represión con el propósito de mantener el culto a la personalidad, los intereses políticos o leyes religiosas.

Verónica Egui Brito

Gasto mundial en publicidad tendrá mayor caída en 29 años

El gasto mundial en publicidad tendrá la mayor caída en al menos 29 años en 2009 conforme la recesión afecte la confianza de los consumidores y las empresas sigan reduciendo los presupuestos de marketing, según Zenith Optimedia.

El gasto bajará 6,9 por ciento a US\$453.200 millones, más que la caída del 0,2 por ciento pronosticada en diciembre, dijo Zenith la semana pasada. En Estados Unidos los desembolsos bajarán 8,7 por ciento, en comparación con el cálculo previo de 6,2 por ciento, dijo Zenith, división de Publicis Groupe de París que asesora a las compañías sobre compras de publicidad.

El gasto en anuncios bajará desde su máximo en 2008 luego que las economías se contrajeron alrededor del mundo, lo que obligó a Zenith a reducir sus pronósticos por tercera vez en unos seis meses. Si bien Zenith anticipó caídas en Estados Unidos y Europa occidental, en diciembre, no previó retrocesos en Brasil y Rusia.

"Desde que sacamos nuestros pronósticos más recientes en diciembre, el mercado mundial de publicidad se ha deteriorado considerablemente", dijo Zenith. "El gasto en publicidad se relaciona fuertemente con las ganancias de las empresas, y es improbable que el mercado de publicidad se recupere hasta que los beneficios vuelvan a repuntar".

La Internet será el único medio que atraiga más gasto, impulsado principalmente por la publicidad en empresas de búsqueda como Google Inc., el líder del mercado. Es posible que el gasto online crezca 8,6 por ciento a US\$54.300 millones. En Estados Unidos, la publicidad en búsquedas subirá 9 por ciento, mientras que los anuncios de despliegue podrían contraerse 1,8 por ciento, calcula Zenith.

En los últimos años el número de páginas Web ha crecido el doble de rápido que el gasto online, la mayor parte del cual se destina a las empresas de Internet más grandes.

Se espera que el gasto en publicidad en televisión caiga 5,5 por ciento en todo el mundo, incrementando su cuota de mercado al 38,1 por ciento, ya que los anunciantes buscan llegar a los consumidores que pasan más tiempo en casa.

"Los anunciantes que reducen sus presupuestos de manera generalizada normalmente dejan la televisión al final, ya que la conocen mejor y están convencidos de su efectividad", dijo Zenith.

El gasto en diarios caerá 12 por ciento a US\$107.000 millones en todo el mundo, y en revistas bajará 11 por ciento a US\$49.000 millones, dijo la compañía. Es posible que el gasto mundial en publicidad suba 1,5 por ciento el próximo año y 4,5 por ciento en 2011. En Estados Unidos el gasto bajará 1,7 por ciento en 2010 y subirá 1,1 por ciento en 2011, dijo la compañía.

**James Callan para el diario
El Nacional**

¿Qué pasa con Chomsky?

Buscador intransigente de la verdad en el campo de la lingüística y de las ciencias sociales en las que ha incursionado, Chomsky ha sido, hasta ahora, apreciado –nos lo recuerda Robert Barsky, el más reputado de sus biógrafos– como alguien que “a diferencia de muchos izquierdistas de su generación, nunca ha flirteado con movimientos u organizaciones que a la larga se hayan revelado de carácter totalitario, opresivo, excluyente, antirrevolucionario o elitista”. Figura ideal, en una palabra, para absolver a quien, en su país cuando menos, ha sido acusado, no sin fundadas razones, de todas esas taras.

Noam Chomsky ha venido a Caracas, se ha entrevistado con el presidente Chávez y ha dictado, cuando menos, una conferencia magistral sobre uno de los temas que le han obsesionado: la libertad de expresión en EEUU. Conscientes de la general preocupación que despierta esta tan extraordinaria visita en el momento que nuestra nación se adentra en el torbellino de su peor crisis económica y de las mayores amenazas de guerra que haya conocido, nos volvemos a preguntar ¿Qué pasa con Chomsky? No pasa nada, o mejor, el mismo malentendido que ocurre en las visitas o en las declaraciones de Chomsky en torno a los grandes conflictos.

Sucede, en efecto, que para Chomsky hay en nuestra época una causa principal, por no decir única, de todo cuanto ocurre en el mundo político y esa causa única es desde hace ya más de un siglo, la pretensión de las élites gobernantes de Estados Unidos de convertirse en un imperio que domine al mundo entero con carácter hegemónico. Todo lo que hay de malo, de horrible, de inaceptable en el mundo, así sea aparentemente obra de distintos agentes humanos o naturales, es, en última instancia, el resultado de esta pretensión hegemónica de los Estados Unidos. Así, hablando de Corea nos dice: “Pese a que Corea del Norte sea un lugar horrible, eso nadie lo discute, en este asunto (el conflicto con el imperio americano sobre el armamento atómico) se han mostrado bastante



razonables. El asunto sigue el esquema ojo por ojo diente por diente. Si EE.UU. es complaciente, Corea del Norte es complaciente, si EE.UU. se vuelve hostil, ellos son hostiles” (Chomsky sobre Irán, Irak y el resto del mundo, Michael Sank) Sobre Irán: “Nadie está diciendo que Irán

Chomsky piensa sin rigor alguno que hoy Chávez enfrenta la política de EE.UU. de adueñarse de las riquezas de Sur América. Por fin –puede pensar él–Chávez enfrenta verdaderamente el imperio.

debiera tener armas nucleares, ni Irán ni nadie. Pero lo importante en Oriente Medio es que se trata del centro de los recursos energéticos del planeta (y) el control de los recursos energéticos del Oriente Medio se ha convertido en un axioma de la política externa de los EE.UU.” (Idem). Y así en asuntos del pasado: Chomsky considera que las masacres provocadas por los Kemereros rojos en Camboya fueron horribles e inhumanas, pero “ellas tienen su origen en la guerra que emprendió el imperio americano contra Vietnam y el sudeste asiático. Igual pasa con Cuba, todo el horror que hoy soporta el pueblo cubano, así sea obra de Fidel Castro, tiene su origen en la política de los EE.UU. frente a ese país”.

Chomsky piensa sin rigor alguno que hoy Chávez enfrenta la política de EE.UU. de adueñarse de las riquezas de Sur América. Por fin –puede pensar él–Chávez enfrenta verdaderamente el imperio. Lo que no quiere decir que esté de acuerdo ni con el régimen.

Miserable posición de todos modos. Contradicción en quien también ha sostenido que hay otras causas primarias en la actividad política, una de ellas es el carácter innato en el hombre de la búsqueda de libertad. Y dentro de esta búsqueda se inscriben, dice explícitamente Chávez, la de conseguir la libertad de expresión y una educación basada en la libertad de pensamiento.

Oswaldo Barreto
Tal Cual

MORDAZA a prueba de gritos

El jueves 30 de julio, la Fiscal General de la República, Luisa Ortega Díaz presentó ante la Asamblea Nacional un proyecto de ley restrictivo de la libertad de expresión, que emplea para ello la tipificación de determinadas acciones como delito, en lo que ha sido visto por tirios y troyanos como el intento de legislación latinoamericana más directamente enfocado hacia la censura previa.

En el espíritu del borrador del proyecto, que circuló ampliamente aunque nunca fue confirmado como tal, se lee en su artículo 4 la definición de delitos mediáticos como “las acciones u omisiones que lesionen el derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, que atenten contra la paz social, la seguridad e independencia de la nación, el orden público, estabilidad de las instituciones del Estado, la salud mental o moral pública, que generen sensación de impunidad o de inseguridad y que sean cometidas a través de un medio de comunicación social”. Nótese la inclusión dentro de la definición de la idea de sensación, la cual no se define (se da por descontado) pero se infiere que ésta constituye problema de Estado. La comisión de este peculiar delito puede ocurrir por directivos, trabajadores y productores nacionales independientes de cualquier medio de comunicación social.

El proyecto castiga con pena corporal (presidio) de 2 a 4 años, la emisión de noticias falsas sin tipificarlas (Art. 5), es decir: no establece qué hacer cuando se produzca un error o una fuente se desdiga de su testimonio, situaciones que implican una intencionalidad distinta al propósito de “difundir noticias falsas que ocasionen una grave alteración a la tranquilidad pública, la hubieren mantenido en zozobra, que haya alterado el orden público, que hubieren producido un perjuicio a los intereses del Estado”. También asigna castigos corporales a la manipulación de noticias, la coacción mediática, la instigación a la violencia, la obstaculización de actividades de medios de comunicación social, cuestiones estas que no están definidas en ningún cuerpo legal (p. ej.



Como es un proyecto de ley penal, sus efectos inciden en la disminución de los derechos civiles, mercantiles y administrativos de quienes reciban sentencia firme; además no limitan los efectos de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

El código penal) por cuanto constituyen censura previa.

Mención aparte la merece el artículo 7, referido a la negativa a revelar información: “El director, gerente, editor, o responsable del medio de comunicación social que se niegue a revelar la identidad del autor de la emisión o artículo periodístico publicado bajo seudónimo o en forma anónima cuando ésta le hubiere sido requerida por el Ministerio Público, será castigado con una pena de prisión de seis meses a dos años.”

Pero el artículo 10 atenta contra el secreto profesional, bajo la denominación genérica de omisión voluntaria de suministrar información. Así establece que “los

propietarios, directivos o responsables de medios de comunicación social que de manera voluntaria e injustificada, se negaran a informar sobre hechos o situaciones cuya falta de divulgación constituya una lesión al derecho a la información consagrado en el artículo 58 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, serán sancionados con prisión de dos a cuatro años”. ¿Sería este el caso de la fuente confidencial?

Como es un proyecto de ley penal, sus efectos inciden en la disminución de los derechos civiles, mercantiles y administrativos de quienes reciban sentencia firme; además no limitan los efectos de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

Afortunadamente, hasta la fecha, sólo es un proyecto: los repudios generalizados llevaron a que la Asamblea Nacional declarara que el Ministerio Público no tiene facultad para legislar, y engavetara el proyecto, acaso a la espera de una ocasión más propicia—como la reforma del código penal, por ejemplo— o cuando la campaña por las elecciones parlamentarias avance y sean necesarias todas las armas para “cortar las comunicaciones del enemigo”, cuando el Estado corporativista venezolano necesite una mordaza a prueba de gritos.

Carlos Delgado-Flores



Donde esté uno, estaremos todos

El jueves 12 de agosto de 2009, en la víspera de la sesión de la Asamblea Nacional que aprobaría la Ley Orgánica de Educación, doce periodistas de la Cadena Capriles, en ejercicio de sus derechos civiles y políticos, se reunieron en la esquina de Veroes, de la Avenida Urdaneta, a distribuir volantes en protesta por la mencionada ley. Allí fueron agredidos salvajemente por personal adscrito a la televisora *Ávila TV*, agresión que quedó registrada suficientemente por los compañeros de trabajo de los agraviados, registro que posteriormente fue entregado al Ministerio Público en ocasión de exigir la apertura de una averiguación por oficio.

Fue jueves. El jueves 13, no menos de 300 periodistas del área metropolitana de Caracas, se dieron cita a las puertas de la Fiscalía, para entregar un documento exigiendo la apertura de la investigación ya mencionada, y desde allí marcharon a rendir homenaje a los colegas, en ejercicio de una actitud solidaria, que no otra cosa es —desde antiguo— la marca distintiva del gremio. Se hizo el recorrido por muchos años prohibido a las convocatorias ajenas al oficialismo: avenida Universidad, hasta la Asamblea Nacional, bordeando cercas humanas de policías con trajes antimotines, que vieron a la marcha pasar, entre incrédulos y alerta, por tan vedado territorio. La protesta giró en la esquina oeste de la sede del parlamento y ascendió hasta la avenida Urdaneta por la esquina de Carmelitas, sede de la Vicepresidencia Ejecutiva de la República, y a través de la



vía hasta la esquina de Salas, frente al Edificio del Ministerio de Educación y

junto a la Plaza Juan Pedro López, adyacente al Banco Central y sede improvisada de la Unidad Popular Venezolana, hueste encabezada por Lina Ron y a la cual estarían vinculados algunos de los agresores. Hubo pita colectiva de casi un minuto y avance luego a la esquina de Veroes, donde la concentración detuvo el tráfico, para luego cantar el himno nacional y marchar por el Boulevard Panteón hasta la Torre La Prensa, donde realizaron una asamblea extraordinaria sin la presencia de autoridades de la empresa.

El mensaje, fuerte y claro, no pudo ser desdibujado por el lento accionar del ministerio público que a la fecha no ha emitido cargos ni ha iniciado proceso alguno pese a que los perpetradores fueron identificados públicamente según testimonios personales aunados a la documentación fotográfica y periodística. *La golpiza inmerecida de once convocó a trescientos*, el gremio pudo solidarizarse y en ello va un avance sustancial. Otras acciones permitirán darle sistematicidad e institucionalidad a este gesto; otros sectores que sufren por la corporativización del Estado y por la *relativización* del estado de derecho, podrán tomar nota de la carga simbólica de esta marcha y aprovecharla a favor de darle contenido político a la solidaridad, tema de primera importancia en el presente continuo de la polarización. Donde esté uno, estaremos todos: he allí una vía para construir un *nosotros*.

Carlos Delgado-Flores

LIBROS

Hegemonía y Control Comunicacional

Con un inteligente epígrafe de Gustavo Guerrero se abre *Hegemonía y control comunicacional*, editado bajo la dirección del profesor Marcelino Bisbal. Se trata de un libro destinado a hacer historia. “Da vergüenza reconocerlo –escribe Gustavo– pero uno tiene que rendirse a la evidencia: lejos de ser una excepción, el coronel Pérez Jiménez y su Nuevo Ideal Nacional no hicieron más que confirmar la regla que, desde el siglo XIX, ha venido convirtiendo el bolivarianismo en la coartada política recurrente del caudillismo militar venezolano”.

De modo que no estamos en esta alba oscura del siglo XXI asistiendo a ninguna innovación. En el carnaval sólo han variado las máscaras. En las últimas décadas del siglo XX se discutía sobre democracia y medios de comunicación. Ahora el dilema es de otra naturaleza, perversa, sin duda, y sus exclusivos propósitos van dirigidos a la adulteración de la democracia, a la liquidación de la libertad de expresión y la implantación de un régimen personalista, a través de una guerra a muerte contra los medios independientes. Contra este anacronismo que pretende insertarse en la era de la información, todo lo que hagamos siempre será poco. Conviene resaltar, por consiguiente, el valor extraordinario de *Hegemonía y control comunicacional*. Reitero, es un libro que hará historia, y confío en que contribuirá a despertar la conciencia ciudadana, sean cuales fueren las ideas políticas que profesemos. Editado por Alfa, además de los textos de Bisbal, “La comunicación... Un debate sobre la democracia” y “La comunicación masiva como política del gobierno de Hugo Chávez Frías”, el libro contiene ensayos de Ángel Oropeza, “Comunicación como política de gobierno vs. comunicación como política de revolución”; de Gustavo Hernández Díaz, “Comunicación gubernamental en Venezuela durante el período 1999-2008”; de Iván Abreu Sojo, “Propaganda, marketing político, opinión pública y democracia en la realidad venezolana del presente”; de Raisa Urribarrí, “De comunitarios a gobunitarios: los medios alternativos en tiempos de revolución”; de Rafael Quiñones,



“¿Los primeros frutos de la hegemonía comunicacional bolivariana?”; de Andrés Cañizález, “La era Chávez: notas para una historia política del periodismo venezolano”, y de Carlos Correa, “La trama de la libertad de expresión en Venezuela”.

Todos estos textos, escritos por expertos o científicos de la comunicación, contribuyen a desnudar la realidad, a intentar una radiografía en profundidad de las políticas de represión contra los medios de comunicación, al tiempo que denuncian el arsenal mediático que el régimen bolivariano viene armando de manera sistemática y desenfrenada, destinando de manera ilegítima inmensas sumas de dineros públicos, o sea, que con el IVA y todos los impuestos que pagamos los venezolanos financian el control comunicacional con el cual proyectan ahogar a la sociedad y poner a todo el mundo a entonarle jaculatorias al Gran Líder Supremo, antes llamado modestamente “gendarme necesario”.

Marcelino Bisbal inicia su primer ensayo con reflexiones que apuntan al panorama político de América Latina, donde

se impone la astucia de llamarse de izquierda porque se confisca la propiedad privada, o porque los protagonistas se refugian en el discurso antiimperialista. Habría que decir definitivamente que esto no es izquierda, sino viejo uso de la fuerza para controlar el poder. Juan Vicente Gómez hizo la mismo, “llegó para quedarse”. No pronunciaba arengas, pero confiscó lo ajeno para confundir lo público y lo privado. Sólo él otorgaba concesiones petroleras. Era de derecha porque el izquierdista fue Cipriano Castro, también bolivariano. Marcelino apunta: “Desde el Gobierno hay miedo a lo que representan los medios y sus profesionales periodistas, así como también hay profundas sospechas de las voces que ellos levantan y que son sumamente críticas de la gestión pública por la visibilidad que los medios le impregnan a los mensajes y a los sujetos que desde allí se muestran”. En el capítulo de Hernández Díaz se analiza el imperio mediático de la revolución. O, mejor,

del Estado cautivo. En total, 7 televisiones de alcance nacional y 35 comunitarias. En materia de radiodifusión, la *Radio Nacional de Venezuela* (o del PSUV), la cadena *YVKE Mundial* y 231 emisoras comunitarias. Se añaden una agencia de noticias y 73 periódicos comunitarios. Más el diario *Vea*. En suma, una red destinada al control, a la bullaranga, a la aniquilación de la opinión pública. “Toda persona tiene derecho de expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura”. Esto reza el artículo 57 de la Constitución Nacional. El 58 consagra que la comunicación es libre y plural. Pero la carta magna queda anulada por la hegemonía y por el imperio mediático que la desconoce. Marcelino: al pan, pan, y al vino, vino.

Simón Alberto Consalvi
Para el diario *El Nacional*

Música e simbolização. manguebeat: contracultura em versão cabocla

Lo que se comunica a través de la música es un tema de gran interés para todos, pero en especial para los estudiosos de la cultura, pues estas investigaciones nos permiten entendernos mejor como pueblos, con nuestras quejas y nuestros sueños. Tal es el caso de la pesquisa que realizó la socióloga y comunicóloga Rejane Markman sobre un ritmo nacido en Pernambuco, en la región nordeste del Brasil: el *manguebeat*, expresión musical surgida junto a un movimiento contracultural y transcultural denominando *Mangue*.

Más que un estudio sobre esta música, Markman devela lo que ha significado el denominado movimiento *Mangue* como propuesta de postmodernidad, pues encierra un nuevo estilo de vida, una nueva forma de encarar el mundo y las relaciones sociales. La investigadora define el *Mangue* como “contracultura en versión mestiza”, construye y narra su nacimiento en 1991, señala la existencia de su Manifiesto fundador –con su propuesta de rescate de la cultura pernambucana– y el papel de su líder, el prematuramente fallecido Chico Science, así como el protagonismo de otras bandas como Nação Zumbi, Fred Zero 4 y Renato L.

El *mangue* es el manglar, elemento simbólico de la cultura de Pernambuco, tomado por el grupo de jóvenes músicos, periodistas y artistas plásticos que conformaron el movimiento que encontró expresión mediante canciones, modas, películas y espectáculos. Junto a los manglares y sobre el barro que los rodea, viven los más pobres y la miseria social es uno de los temas que recoge el *manguebeat* en sus letras.

La faceta contracultural del *manguebeat* se expresa en la mezcla de manifestaciones de la cultura popular pernambucana con la música pop, tanto en ritmos, como en temas, lenguaje y uso de instrumentos propios de la región junto a ele-



REHANE SA MARKMAN
EDITORIAL ANNABLUME
SÃO PAULO, 2007.

a las audiencias hacia la reflexión sobre los temas, aunque también provoca en otros una desaprobación social hacia los *mangueboys* y las *manguegirls*, como se llamó a los seguidores de esta corriente contra-

cultural.

La investigación se inscribe en la línea de los Estudios Culturales Latinoamericanos. El método utilizado por Markman para realizar este trabajo, que constituyó su tesis doctoral en Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona, fue el análisis de contenido, enriquecido con una lectura cualitativa de los sentidos simbólicos de la letras, reverenciándolos con el contexto en el

que fueron construidos.

El libro consta de cuatro capítulos cuyos temas centrales son: Las relaciones actuales entre las culturas, Fragmentos de la cultura musical brasileña, Cómo el *manguebeat* realiza su hibridación cultural, y La música *mangue* como expresión de contracultura. Es un gusto leerlo pues tiene la sonoridad de la música brasileña unida con la fuerza que da un análisis riguroso sobre un tema de interés para especialistas y legos.

Argelia Ferrer

mentos electrónicos. Toda esta mezcla de lo popular con lo moderno llenó de vigor a algunas manifestaciones musicales tradicionales que iban diluyéndose en el tiempo, como los ritmos denominados *forró*, *maracatú*, *bumba-meu-boi*, *caboclinhos*, *embolada*, *cuadrilha* y *frevó*, entre otros.

Al analizar la música *Mangue*, Markman contesta el discurso de un grupo de intelectuales que con visión tradicional calificaban al movimiento fundador como un agente “descaracterizador” de la cultura popular local y pone de relieve el simbolismo que encierra.

Para la autora, los elementos contraculturales de las letras del *manguebeat* se manifiestan en la preocupación por denunciar las condiciones de desigualdad sociales que prevalecen hasta ahora en el ambiente de la ciudad, aunque las propuestas no incitan a reacciones concretas en el sentido de producir cambios. Sin embargo, para la investigadora la fuerza discursiva de esta expresión musical estimula



LIBROS

Proyecto censurado 2009: las 25 noticias top censuradas en 2008

METER PHILLIPS Y ANDREW ROTH
EDITORIAL TIMELI, VENEZUELA, 2008



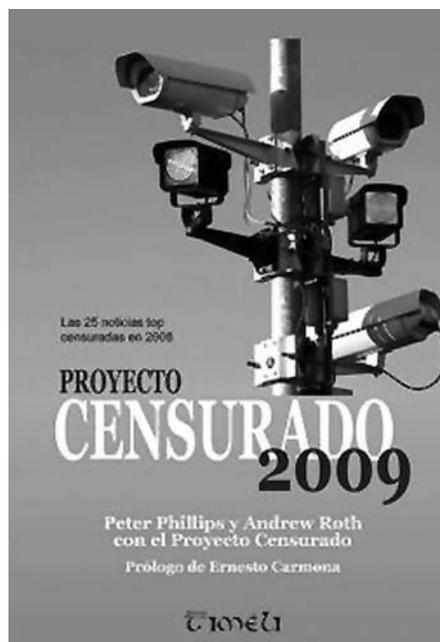
La primera versión en castellano de *Proyecto Censurado 2009*, fue publicado en Venezuela por Ediciones Timéli, con sede en Ginebra, Madrid y Caracas, fundada en Suiza, por el periodista peruano Sandro Cruz, que reside en Ginebra. La edición estuvo a cargo de Mayda Acosta Alegre, de Timéli-Caracas.

La obra divulga las 25 noticias más censuradas por los grandes medios corporativos de EEUU en 2007/2008, investigadas por el Proyecto Censurado de la Universidad Sonoma State, de California, bajo la dirección de Phillips.

El libro contiene además una introducción de Tricia Boreta y un recuento del académico Nelson Calderón de noticias relevantes de América Latina ocultadas por la gran prensa pero rescatadas por el Proyecto Censurado desde su fundación. Este trabajo, que forma parte del capítulo 15 de la versión original en inglés de *Censured 2009*, se titula *32 años de dominación militar de EEUU y de decepción económica*.

Las historias periodísticas sobre América Latina divulgadas por *Proyecto Censurado* en sus 32 años de existencia “documentan cómo EEUU ha continuado su política con una óptica colonial, intentando dominar, explotar y controlar la riqueza económica del continente”, explicó Calderón.

En la edición original en inglés, lanzada el 1 de octubre 2008 por la editorial Seven Stories de Nueva York, participó también como editor el académico Andrew Roth, miembro del *Project Censored* de California. El texto –en inglés– *Censored 2009* contiene más de 400 páginas, pero la versión de Ediciones Timéli publicada en castellano en Caracas contiene una introducción de contexto histórico del Proyecto y



dos capítulos relevantes del texto en inglés, el trabajo de Calderón y las 25 historias periodísticas con sus respectivas fuentes de medios independientes, en una versión de 200 páginas.

Las 25 historias periodísticas y demás textos de la versión en castellano fueron traducidos del inglés por el periodista chileno Ernesto Carmona, quien escribió además el prólogo del libro. Ediciones Timéli lanzó este mismo libro en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí, en La Habana, el lunes 1° de diciembre de 2008, y habrá otra presentación en Santiago de Chile más adelante. Todas las historias del *Proyecto Censurado* son publicadas en castellano cada año, de manera sistemática, por www.Argenpress.info, de Argentina, y también son reproducidas libremente por otros sitios.

El *Proyecto Censurado* lucha contra la desinformación desde hace 32 años. Su fundador, el académico Carl Jensen descubrió que se estaban ocultando al público muchos aspectos del caso Watergate, que le costó la presidencia a Richard Nixon en 1974 después de ganar la reelección para un segundo período en 1972. El *Proyecto Censurado* de la Universidad Sonoma State de California actualmente está asociado con 25 universidades involucradas en la tarea. La participación de las universidades le confiere la certificación de la academia a la veracidad de las noticias censuradas investigadas por estudiantes y docentes en fuentes independientes distintas a los grandes medios, dijo Phillips. Los textos originales en inglés del trabajo de 32 años del *Proyecto Censurado* se encuentran en www.projectcensored.org.



REVISTAS

**REVISTA LATINOAMERICANA
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**
AÑO V. NÚMERO 8-9.
ENERO/DICIEMBRE 2008
EDITADA POR LA ASOCIACIÓN
LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES
DE LA COMUNICACIÓN

Este número de carácter extraordinario por la celebración de los 30 años de Alaic tiene la particularidad de reunir además de los estudios y artículos habituales, dos secciones de entrada que, sin duda, se convertirán en un documento recordatorio de la trayectoria de Alaic a través de un grupo de testigos, que la vieron nacer y consolidarse.

Las presentaciones de sus expresidentes Jesús Martín-Barbero (1981-1982), José Marques de Melo (1989-1992), Luis Peirano (1995-1998), Margarida M. Krohling Kunsch (1998-2005) despliegan un mural de la saga intelectual de un grupo de investigadores que se dieron a la tarea de generar un pensamiento con identidad latinoamericana en el concierto global de escuelas



e ideas sobre los problemas de comunicación. Estos materiales tienen el mérito de enriquecer los esquemas descarnados de tendencias teóricas y etapas cronológicas teniendo en cuenta, como dijera Jesús Ibáñez, que: “la unidad del proceso de investigación no está en la teoría, ni en la técnica (ni siquiera en la articulación o intersección entre las dos): está en la persona del investigador, que a su vez está socialmente determinada por el sistema de relaciones sociales”.

Es estimulante ver también incorporadas al número las visiones de las actuales directivas de las organizaciones académicas más importantes de América Latina: Teresa Quiros de Felafacs, Luis Humberto Quintero de Assibercom, Erick Felinto de Compós, Guillermo Mastrini y Gustavo Cimadevilla de Fadeccos, Antonio Hohlfeldt de Intercom y María Isabel Neüman de Invecom, ya que reflejan el esfuerzo de integración de los sectores investigativos y académico-docentes.

Como en toda selección de estas características, podrá objetarse que no están todos los que debían haber estado como testigos, pero el producto cumple, a nuestro entender y como

señala en su editorial Margarida Maria Krohling su expectativa de que el “registro histórico de esta edición especial sea un estímulo para la actual y futuras generaciones”.

La buena factura del número, el apoyo gráfico y la excelente presentación lo convierten en un documento hecho para perpetuar y mantener viva la memoria y tradición investigativa de nuestro continente, a pesar de los lapsos e interrupciones momentáneas.

Dos ensayos enjundiosos ofrecen un marco interpretativo de la actual situación de los estudios de comunicación. El primero de Giovanni Bechelloni esboza los nuevos horizontes epistemológicos de dichos estudios en busca de una ciencia nueva. A su vez, Erick Torrico, hasta hace poco presidente de Alaic, contextualiza la trayectoria de esa entidad y el proceso de reorganización exigido por los nuevos tiempos.

El resto de la revista está dedicado a los aportes de los diversos grupos de trabajo, que reflejan el estado actual de los problemas e inquietudes que marcan el esfuerzo investigativo en las diversas vertientes tradicionales y novedosas.

Un reporte de Octavio Islas sobre el IX Congreso de la Alaic y su XXX Aniversario cierra este número, que cumple la función de ser a la vez memoria y proyecto de la Asociación.

Jesús María Aguirre

MENOS PERIODISMO Y MÁS CORRUPCIÓN

LETRAS LIBRES
JULIO 2009, AÑO XI, NÚMERO 127.
REVISTA MENSUAL
WWW.LETRASLIBRES.COM

Una paradoja: no abundan los trabajos reflexivos sobre la naturaleza del oficio periodístico y las consecuencias de su crisis actual en medios de comunicación masivos. O bien porque resultan extensos y cada día existe menos capacidad para publicar debates. O bien porque los editores se encuentran demasiado angustiados con los recortes financieros, la caída de la circulación y la desaparición de la publicidad, como para pensar en lo que deberían estar pensando.

En *Letras Libres*, raro oasis mexicano en el magma de las revistas latinoamericanas, dirigida por el ingeniero e historiador Enrique Krauze, apareció un artículo de esos que ya rara vez se suelen publicar. Lo firma Paul Starr, profesor de comunicaciones y asuntos públicos en la escuela



Woodrow Wilson, de la Universidad de Princeton. Y posee un título sugestivo: “Adiós a la era de los periódicos: bienvenida la nueva era de corrupción”.*

Especialista en medios y periodismo, autor del libro *Freedom's Power* (Basic Books, 2007), Starr confirma la siguiente especie: “Entre más baja resulta la circulación de periódicos en un país, más alta es la posición de dicho país en el índice de corrupción”. Ésta no es idea que Starr pone en circulación porque le parece recurrente: es una reflexión central en su interesante y cautivador trabajo que se apoya en un estudio de 2003 realizado por *The Journal of Law, Economics, & Organization*, por Alicia Adsera, Carles Boix y Mark Payne, en donde rastrean la relación entre corrupción y libre circulación

de periódicos. Como agrega Starr, una prensa financiera comprometida es más susceptible de ser una prensa éticamente comprometida. Ahí es donde está el detalle. Los diarios se encuentran en el mundo entero en crisis. Pocos han superado esa primera conmoción que implica ver disminuidas sus plantas de periodistas, o recortados los sueldos

para sobrevivir la hecatombe financiera. Menos aún han logrado entender que si no se adaptan a los desafíos que impone la red, desaparecerán como los dinosaurios. Existe demasiada rabia en la sociedad contra los medios como para justificar esta crisis con estas palabras: “Lo merecían, dejemos que sean ellos los que sufran ahora”. Pero semejante reclamo es lo que llaman alegría de tísico.

Lo que perdemos todos es algo que vale demasiado como para hipotecarlo con un resentimiento pasajero. La investigación que siempre ha desvelado a los corruptos, porque pone en evidencia sus chanchullos con el Estado y con la empresa privada, para engordar sus alforjas con sobreprecios y otros negocios turbios.

Quiérase o no, los medios constituyen una parte esencial de cualquier sociedad. Han sido los ojos de la comunidad frente a malos desempeños públicos, la posibilidad de controlar a los abusadores, una suerte de sistema cívico de alarma, como lo llama Paul Starr. En Venezuela el tema posee una vigencia alarmante: no sólo porque la crisis económica afecta la calidad del periodismo que podría servir de auditor social. Sino porque el gobierno de Hugo Chávez, con su naturaleza autoritaria, desea arrodillar a la profesión.

Sergio Dahbar

* Este ensayo de Paul Starr se puede leer en este número de la revista.

Derechos laborales de los periodistas

-Análisis regional 2008-

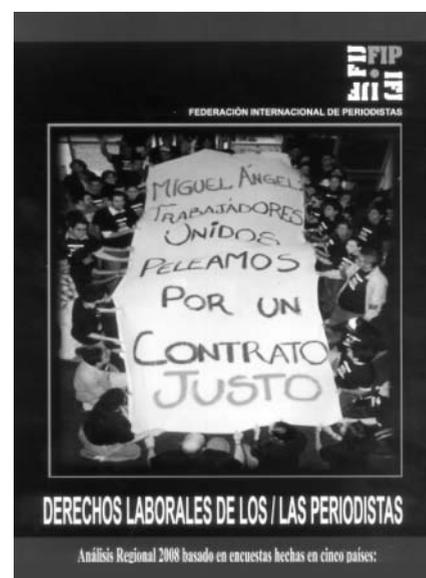
La Federación Internacional de Periodistas (FIP), el Centro de Solidaridad de la AFL-CIO con las organizaciones sindicales periodísticas de Brasil, Colombia, México, Paraguay y Venezuela realizaron durante el año 2008 un estudio acerca de los derechos de libertad sindical, libertad de asociación y libertad de negociación colectiva. La investigación, de la cual presentamos sus principales resultados, arrojó signos preocupantes sobre las condiciones de trabajo de quienes laboran en la industria de la comunicación.

INTRODUCCIÓN

La libertad sindical y la libertad de asociación son derechos humanos fundamentales que, junto con el derecho de negociación colectiva, permiten promover la democracia, la idoneidad en el funcionamiento del mercado de trabajo y condiciones laborales decorosas. América Latina, a pesar de contar en la mayoría de sus países con marcos legislativos propicios, sigue siendo un territorio donde esos derechos se violan y menoscaban. Opera para ello una administración del trabajo ineficaz, precariedad institucional y de las organizaciones de trabajadores, pero también la obstinada negativa del sector empresarial a reconocer mínimamente estos derechos.

Para conocer cuál es la situación de esos derechos en el sector de la comunicación, un campo crucial para la vigencia de la democracia, la Federación Internacional de Periodistas (FIP), con el respaldo del Centro de Solidaridad de la AFL-CIO realizó, durante seis meses del 2008, una encuesta en cinco países: Brasil, Colombia, México, Paraguay y Venezuela que arrojó preocupantes datos sobre las condiciones de trabajo de quienes laboran en la industria de la comunicación.

Mucho más preocupantes y revelado-



res son los resultados de esta encuesta si al lado de precariedad laboral y la muy limitada existencia de los convenios colectivos, aparecen registradas la censura y la autocensura, lo cual vulnera otros derechos fundamentales para la sociedad como la libertad de expresión y también el derecho a la información. El próximo paso en este proceso consta de dos fases. Primero, dar seguimiento a los hallazgos principales, o sea las áreas de violaciones de derechos laborales más preocupantes de cada uno de los países involucrados en

■ **Federación Internacional de Periodistas(FIP)**

■ **Centro de Solidaridad de la AFL-CIO**

■ **Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa(SNTP-Venezuela)**

esta etapa de la investigación. Las acciones contempladas incluyen: investigación más profunda, el desarrollo de instrumentos de educación popular sobre la expresión del derecho violado y el impacto en los trabajadores y medios de comunicación y el público; educación y cabildeo con instancias públicas para mejor aplicación de leyes y políticas diseñadas para lograr el cumplimiento de los derechos laborales y humanos fundamentales de los/las periodistas.

Segundo, ampliar la investigación para incluir otros países de la región latinoamericana, específicamente: Argentina, República Dominicana y Perú. Se espera una colaboración entre los países pioneros en este proceso, en presentar la encuesta, compartir lecciones de su aplicación y acompañamientos para sus colegas involucrados en la segunda etapa de investigación. Estas dos áreas de actividades de seguimiento y de investigación en los nuevos países se llevarán a cabo durante 2009 con el apoyo de la FIP y el Centro de Solidaridad, AFL-CIO y la coordinación plena con la Federación de Periodistas Latinoamericanos y del Caribe (Fepalc).

ANÁLISIS REGIONAL

Las conclusiones presentadas no pretenden ser definitivas. Están basadas en un análisis sistemático de datos recogidos por cinco equipos de periodistas durante el período de mayo a septiembre del 2008. Sin embargo, debido a la naturaleza de los distintos procesos nacionales y la gama de resultados de la encuesta, se ofrece información en algunas áreas más que en otras. Las tendencias observadas son impresiones que pretenden provocar pensamiento, debate, e idealmente, más investigación.

PERIODISMO COMO PROFESIÓN EN LAS AMÉRICAS

Investigaciones indican que el campo de comunicaciones es cada vez más una fuente importante de empleos en las economías nacionales. En México, 11 de cada 100 empleos, o sea más del 10 por ciento, están en el sector de comunicaciones. Ésta tendencia está confirmada por el aumento en el número de alumnos estudiando periodismo y graduándose con títulos en comunicaciones y/o periodismo que se ve en países como Brasil, Venezuela y México.

La concentración de propiedad de los medios es otra tendencia macro que ha te-

“

Progresivamente, los empleos en el campo del periodismo están siendo categorizados como de tiempo parcial y están siendo ocupados a través de empresas de contratación.

”

nido un impacto en los empleos, especialmente en las decisiones trabajador-empleador sobre cómo relacionarse con los sindicatos de periodistas y los activistas sindicales. Los/as investigadores/as indicaron que en un sector con menos empleadores, la gerencia tiene la ventaja de crear estándares en las industrias con menos resistencia, y hacer uso de tácticas antisindicales, como son las listas negras para activistas sindicales, con más efectividad.

MEDIA-MULTIHABILIDADES, TECNOLOGÍA Y MÁS JÓVENES: NUEVOS ELEMENTOS EN LA FUERZA DE TRABAJO.

Las/los investigadores/as encontraron que se está requiriendo que trabajadores/as jóvenes, los/las recién salidos de la universidad e incluso los/las que estudian todavía, hagan trabajos que anteriormente fueron hechos por empleados/as de carrera de tiempo completo. Esto coincide con el ascenso del periodismo multimedia y las expectativas de los/las empleadores de que los/las periodistas tengan habilidades con la nueva tecnología en su trabajo de periodismo. Mientras se espera que los/las periodistas aprendan nuevas habilidades y desempeñen operaciones múltiples anteriormente hechas por diversos profesionales, la compensación no refleja su aumento de capital humano ni el nivel de desempeño. Al mismo tiempo los/las jóvenes por primera vez en el mercado laboral están aceptando salarios más bajos y los/las estudiantes trabajan sin remuneración para ganar experiencia o como pasantes. Además, progresivamente, los em-

pleos en el campo del periodismo están siendo categorizados como de tiempo parcial y están siendo ocupados a través de empresas de contratación. Los/las trabajadores/as contratados de esta manera no son considerados como empleados/as y por lo tanto a menudo no califican para recibir las prestaciones proporcionadas por los/as empleadores, como aportes a planes de salud, vacaciones o pagos extras del fin de año. Estos factores socavan la habilidad de los/las periodistas de mayor antigüedad de negociar salarios más altos o capacitaciones.

Aunque sea importante no exagerar esta conclusión, las investigaciones parecen indicar que el periodismo es un sector que provee oportunidades positivas para mujeres en la economía formal. La composición de género entre periodistas es aproximadamente 50-50, y entre los/las periodistas encuestadas no indicaron la discriminación por género como problemática mayor. Además, una diferencial salarial no es aparente. Es un área que requiere investigación adicional, con enfoque especial en cómo se evalúa el volumen de trabajo, horarios y prestaciones de maternidad y otros aspectos de género en el trabajo periodístico.

EL TRADICIONAL EMPLEO DE TIEMPO COMPLETO PARA GANARSE LA VIDA, ES COSA DEL PASADO

En todos los países en donde se realizó la encuesta el promedio de tiempo en que un/una periodista se queda como un/a empleado ha disminuido. Una tercera parte de los/as periodistas encuestados/as han trabajado por menos de tres años en su empleo. Entre 30-60 por ciento de los/as periodistas en la encuesta trabajan por cuenta propia y un promedio de veinte por ciento tiene más de un empleo. Aproximadamente 50% de periodistas encuestados/as en la región no tienen contrato de empleo de ningún tipo¹. De los/as que sí tienen contrato, solamente 50% los tienen por escrito, es decir, que solamente 25% de todos/as los periodistas de la región encuestados tienen contratos por escrito.

En concordancia con esta tendencia, un porcentaje significativo de periodistas encuestados/as (25-50%) no trabajan a tiempo completo, ni tienen horarios fijos. Sí trabajan jornadas largas; el promedio por periodistas es más de ocho horas diarias. Dada la diversidad de países incluidos en la investigación y la amplitud de categorías de periodistas encuestados/as, es imposible generalizar sobre los salarios.

Sin embargo, se puede decir que los/las periodistas no sindicalizados/as, quienes no trabajan en ciudades tales como Caracas, Río de Janeiro, Sao Paulo o Asunción, ganan entre \$100-500 por mes, obligando a la mayoría a depender de otras fuentes de ingresos para ganarse la vida. Una cuarta parte de los/las periodistas encuestados/as complementan su ingreso con otros empleos. Está más claramente documentado en las investigaciones de Colombia, donde 14 por ciento de las/los periodistas encuestadas/os indicaron que ganan entre 90 y 100% de sus ingresos de la publicidad.

La penuria de empleos formales, regulados por contratos individuales o colectivos, ayudaría a explicar los pocos datos recogidos sobre prestaciones laborales. Las prestaciones más frecuentemente gozadas por los/las periodistas encuestados/as incluyen el aguinaldo de fin de año y hasta treinta días de vacaciones por año. Las prestaciones indicadas, relacionadas con la salud básica, incluyen aportes económicos del empleador para cuidados médicos en hospitales públicos y privados.

LA ESTABILIDAD LABORAL TIENE IMPACTO EN LA CALIDAD DEL PERIODISMO

Entre 40 y 60 por ciento de los/las periodistas encuestados/as dicen que se auto-censuran en su trabajo. En Colombia y México, los periodistas dijeron que se hace debido al miedo que tienen de los grupos armados o criminales, mientras en Venezuela y Brasil fue debido al temor de ser despedidos/as. El acoso en el trabajo también resulta sorprendentemente común, con entre 30-50 por ciento de periodistas encuestados/as afirmando que han sufrido agresiones en forma de presión por desempeño negativo y censura. Problemas en el lugar de trabajo relacionados con la seguridad y salud ocupacional no fueron indicados como problemas de mayor importancia, solamente 20-30 por ciento de los/as encuestados/as indicaron estrés emocional y lesiones por movimientos repetitivos. Sin embargo, sólo el mismo porcentaje de periodistas encuestados/as (20-30%) han recibido algún tipo de capacitación sobre seguridad y salud ocupacional, que es especialmente importante para los/las periodistas quienes reportan las noticias desde zonas de conflicto o de mucha delincuencia.

Derechos laborales de los/las periodistas-Análisis regional basado en encuestas hechas en 5 países

Tema	Brasil	Colombia	México	Paraguay	Venezuela
Perfil de periodistas encuestadas/ como una muestra de la población de periodistas en el país	<p>De todos los trabajadores encuestados, hay más periodistas mujeres que hombres. (49,2% hombres y 50,8% de mujeres).</p> <p>Mientras la mayoría de los encuestados están en edades entre 41 y 55, la edad demográfica está cambiando hacia un creciente número de periodistas más jóvenes entre 20 y 35 años.</p> <p>La mayoría tiene grado universitario.</p> <p>La mayoría está entre los 2 y 31 años de experiencia.</p> <p>Antigüedad en el trabajo actual: 33% tiene 3 años o menos en el empleo.</p> <p>25% tienen entre 6 y 10 años.</p>	<p>53% de los encuestados tienen grado universitario.</p> <p>31% tienen estudios técnicos.</p> <p>17% tiene postgrados, pero sólo 15% de estos tienen postgrados en periodismo.</p> <p>47% de los periodistas encuestados estudiaron en una escuela de periodismo, 40% no lo hizo.</p> <p>51% de los encuestados son reporteros.</p> <p>38% de los periodistas encuestados trabajan en la radio. 27% en TV.</p> <p>11% en periódicos. 5% en Internet.</p> <p>Experiencia laboral como periodistas: 24% entre 6 y 10 años</p> <p>22% entre 11 y 15 años 11% entre 21 y 25 años</p> <p>Antigüedad en el trabajo actual: 33% tienen menos de 3 años 29% 3 a 5 años 16% 6 a 10 años.</p> <p>Trabajo actual: 33% tienen menos de 3 años 29% 3 a 5 años 16% 6 a 10 años.</p>	<p>Más de 10% de la fuerza de trabajo está involucrada en comunicaciones: 11 de cada 100 trabajadores se ocupan como escritores, críticos, periodistas y redactores.</p> <p>Composición etaria de los periodistas encuestados: 32% tiene entre 31 y 40 años; 28% entre 20 y 30 años; 21% entre 41 y 50 años; 9% entre 51 y 60 años; 2% más de 60 años.</p> <p>70% de los periodistas encuestados tienen grado universitario.</p> <p>52% reporteros, 11% fotógrafos, camarógrafos, etc.</p> <p>23% mujeres. 77% hombres.</p>	<p>70% tiene grado universitario.</p> <p>La mayoría ha trabajado por menos de 3 años.</p>	<p>74% en medios impresos.</p> <p>Uno de cada tres encuestados es miembro del SNTP.</p> <p>34% ha trabajado entre 1 y 5 años. 22% entre 6 y 10 años.</p> <p>Tendencia hacia la contratación de recién graduados por sus salarios relativamente más bajos.</p> <p>A nivel nacional hay unos 50.000 estudiantes de comunicación social aproximadamente.</p> <p>La brecha salarial de beneficios entre los periodistas que trabajan en las áreas rurales y Caracas es notable. Trabajar en la capital también brinda más posibilidades de que los periodistas tengan representación sindical y contratos colectivos.</p>

Continúa en la siguiente página

Derechos laborales de los/las periodistas-Análisis regional basado en encuestas hechas en 5 países (continuación)

Tema	Brasil	Colombia	México	Paraguay	Venezuela
La organización sindical de los periodistas y las opiniones de los/las periodistas sobre su trabajo y el papel de un sindicato en sus relaciones laborales	<p>La federación Nacional de Periodistas (Fenaj) está conformada por 31 sindicatos que representan a 60.000 periodistas, en todo el país.</p> <p>94% de los periodistas encuestados es miembro de la Fenaj.</p> <p>69% no cree que el gobierno interfiera en los asuntos sindicales.</p> <p>24% cree que el gobierno sí interfiere, mayormente a través de la reforma de las leyes laborales que afectan a su sindicato.</p> <p>24% cree que los patronos interfieren en el funcionamiento de su sindicato. Lo hacen a través del cabildeo de miembros de la legislatura en la reforma de la ley del trabajo y el acoso a los miembros del sindicato que están visiblemente activos en el sindicato, tratando de influir en la forma en que votan en las elecciones sindicales.</p> <p>El 25% de los patronos crean obstáculos a la inscripción de sus empleados en el sindicato.</p> <p>La gran mayoría de los periodistas encuestados ven el papel del sindicato como de defensa de los intereses de sus miembros.</p>	<p>No hay organización registrada como sindicato que represente a los periodistas en Colombia.</p> <p>De los periodistas encuestados, 62% son miembros de Fecolper; 5% de los encuestados son miembros de otra organización de periodistas.</p> <p>7% de los periodistas encuestados dijeron que no son miembros de una organización porque no tienen suficiente información. 5% porque no existen sindicatos.</p> <p>17% declaran que han sufrido discriminación en su lugar de trabajo por haberse unido a Fecolper.</p> <p>42% de los periodistas encuestados no tienen conocimiento de las leyes o normas que protegen sus derechos.</p> <p>41% de los periodistas encuestados creen que la mejor estrategia para mejorar sus beneficios en el trabajo es la relación individual directa con la empresa; 29% piensa en contratos colectivos.</p> <p>El 25% de los periodistas encuestados obtienen su información sobre sus derechos laborales de la organización de la cual son miembros. El tópico sobre el cual los periodistas quisieran más información:</p>	<p>El Sindicato Nacional de Periodistas de México (SNRP), se formó en 1923 y representa a 830 periodistas y otros trabajadores de los medios en Ciudad de México y varios estados más, incluyendo Oaxaca. Otras empresas de medios tienen sindicatos dentro del lugar de trabajo, como Notimex y La Jornada.</p> <p>30% de los encuestados son miembros del sindicato.</p> <p>La principal causa para no unirse a un sindicato es la falta de confianza en el sindicato (21%).</p> <p>9% reportan haber experimentado presiones de los patronos respecto a los sindicatos. Muchos encuestados no sentían que los sindicatos existentes tienen jurisdicción para representar a su categoría de empleo, como por ejemplo freelances.</p> <p>La mayoría de los miembros de sindicatos reportaron que no creían que el gobierno interfiriera en su sindicato.</p> <p>Aquellos que reportaron la intervención del gobierno, (15%) declararon que tomaba la forma de imposición del apoyo al partido de gobierno (36%) y 27% creía que el gobierno financiaba al sindicato.</p>	<p>El Sindicato de Periodistas Paraguayos (SPP) fue fundado el 22 de junio de 1979.</p> <p>Firmó convenio colectivo de trabajo con los principales medios escritos del país (ABC, La Nación, Última Hora, Popular, Crónica), con vigencia desde 1992. Unos 500 afiliados están beneficiados por este documento.</p>	<p>El SNTP fue fundado el 11 de marzo de 1946.</p> <p>Tiene contratos colectivos en 10 de las principales publicaciones del país y 3 agencias internacionales.</p> <p>800 trabajadores están cubiertos por estos contratos colectivos.</p> <p>La ley venezolana requiere que los periodistas sean miembros del Colegio Nacional de Periodistas.</p>

LA CALIDAD DEL EMPLEO Y COBERTURA POR CONTRATO COLECTIVO REALZAN LAS DIFERENCIAS ENTRE ZONAS URBANAS Y RURALES

Es obvio ver la disparidad de niveles de ingreso, prestaciones, afiliación con el sindicato y cobertura por contratos colectivos cuando se desagregan las encuestas nacionales a un análisis por estado/departamento. Con pocas excepciones, los/las periodistas trabajando en ciudades capitales o departamentales, tienden a ser empleados/as de tiempo completo con un empleador formal y un solo empleo en relación con sus homólogos en zonas rurales. La representación sindical tiende a reflejar esas mismas tendencias, con la densidad de afiliación sindical reflejando el empleo formal.

LOS SINDICATOS DE PERIODISTAS EN LAS AMÉRICAS: LOS RETOS DE LA REPRESENTATIVIDAD

En su conjunto, los sindicatos de periodistas representan un porcentaje bajo de los/las periodistas trabajando. Un porcentaje aún más bajo de trabajadores/as son incluidos/as en un contrato colectivo. Estas realidades coinciden con la alta cantidad de periodistas encuestadas/os que tienen poco conocimiento de sus derechos laborales y no consideran clave un sindicato en ayudarles a mejorar sus condiciones de trabajo. Se hace notar lo mismo por el hecho de que la respuesta más frecuente a la pregunta: “cuál es la mejor estrategia para mejorar las condiciones laborales” fue “relaciones individuales y directas con el empleador”, en todos los países menos uno².

Nuestras investigaciones indican que muchos/as periodistas tienen sentimientos ambiguos sobre el lugar de los sindicatos de periodistas en la industria actual, cambiante, donde nuevas formas de empleo, como trabajar por cuenta propia, tener múltiples empleos y empleos de tiempo parcial son cada vez más realidad. Los/as periodistas encuestados/as ven un papel para los sindicatos en la capacitación en seguridad y salud, la adquisición de nuevas habilidades, especialmente nuevas tecnologías y en proporcionar información sobre cómo se pueden mejorar los derechos laborales a través de legislación nacional, y en menor medida, a través de mecanismos regionales e internacionales. Los/as periodistas encuestados/as también demostraron interés en conocer más sobre los estándares de salarios

y prestaciones de sus colegas a nivel nacional e internacional.

INICIATIVAS REGIONALES

Los sindicatos de periodistas están enfrentando una gravísima realidad, no solamente para defender la calidad del periodismo y el pluralismo, sino porque a las dificultades para ejercer plenamente el derecho a la libertad sindical y a la negociación colectiva, se ha sumado la irrupción de la crisis financiera que está arreciando sus efectos destructivos en las empresas de la comunicación y de los parámetros de relaciones laborales justas y democráticas.

Como lo demuestra la presente investigación, en este cuadro tan complejo América Latina no es menos. Para la FIP y su organización regional, la Federación de Periodistas de América Latina y el caribe (Fepalc), es necesario elaborar nuevas estrategias para enfrentar los desafíos de la nueva etapa que está comenzando.

En los grandes medios de comunicación y en las agencias noticiosas internacionales se aprecia actualmente una doble realidad: por un lado, ganancias crecientes. Por otro, la precarización de las condiciones laborales de los profesionales del sector. En los medios más pequeños y, especialmente, en el sector radial, hay claros indicadores de explotación y pauperización y prácticas evidentemente reñidas con los postulados éticos del periodismo. La crisis/ recesión financiera actual indudablemente acentuará este proceso.

Frente a este cuadro tan adverso, la lucha por hacer valer la libertad sindical, el derecho de asociación y a la negociación colectiva constituye una de las líneas más claras de actuación que requieren los sindicatos de periodistas de América Latina y el Caribe, especialmente ahora que los periodistas están enfrentándose a retos históricos, como las tecnologías convergentes, nuevas relaciones laborales, la fusión de los espacios informativos públicos y privados y un sistema de medios globales de rápida expansión.

La FIP mantiene una persistente campaña de capacitación sindical preparando a los dirigentes de los sindicatos de periodistas de la región en el dominio de la normativa internacional, que garantiza el ejercicio del derecho a la libertad sindical y a la negociación colectiva; los adiestra en la concepción y elaboración de contratos colectivos y los dota de herramientas para abordar el proceso de negociación.

Derechos laborales de los/las periodistas-Análisis regional basado en encuestas hechas en 5 países (continuación)

Tema	Brasil	Colombia	México	Paraguay	Venezuela
(Cont.) La organización sindical de los periodistas y las opiniones de los /las periodistas sobre su trabajo y el papel de un sindicato en sus relaciones laborales	(Cont.) 41% fortalecería su sindicato aumentando su nivel de actividad y 33% organizaría a otros trabajadores. Un 33% expresa que sus patronos los han puesto en una lista negra por estar activos en el sindicato. Esto se ha vuelto más fácil para los patronos por la creciente concentración de la propiedad de los medios. El 80% de los periodistas encuestados cree que los contratos colectivos son las mejores herramientas para aumentar sus beneficios en el trabajo. El sindicato les provee al 66% de estos encuestados su fuente de principios de información sobre los derechos de los trabajadores.	(Cont.) 51% quisieran más herramientas para mejorar sus condiciones de trabajo. 18% saber más sobre las condiciones laborales de otros periodistas en otras partes del mundo. 11% de los periodistas ven a las autoridades del Estado como un medio para aplicar sus derechos como trabajadores. 10% ven al sindicato u organización como un recurso. Las violaciones más comunes a los derechos de los trabajadores las cometen autoridades: 6% falta de pago de salarios; 5% libertad de prensa. 2% desprovistos de beneficios; 1% despido injustificado.	(Cont.) 76% no creen que el patrón interfiera con el sindicato. La mitad de los encuestados sentían que el liderazgo del sindicato es co-optado por el patrón a través de ventajas otorgadas en el empleo. Sólo 7% de los trabajadores sienten que los contratos colectivos efectivamente protegen sus derechos en la actualidad. Sin embargo 32% cree que un contrato colectivo podría ayudarles en el futuro para defender sus derechos en el trabajo. 29% de los encuestados creen que la ley federal del trabajo les da más protección. 45% creen que la mejor estrategia para proteger los derechos de los trabajadores es a través de la relación individual con el patrón. 47% se han dirigido a las autoridades gubernamentales para hablar de las violaciones a los derechos de los trabajadores. 41% han utilizado al sindicato para hablar de las violaciones.		
Accidentes profesionales sufridos en el trabajo.	24% de los periodistas encuestados reporta enfermedad relacionada con el trabajo, siendo las más comunes el estrés y el daño repetitivo por estrés. 92% no ha sufrido accidentes en el trabajo.	68% no ha sufrido enfermedades relacionadas con el trabajo. 30% las ha sufrido (estrés, el porcentaje más alto, ortopédicas, visión y vista, respiratorias). 71% no ha sufrido accidentes relacionados con el trabajo. 20% sí (relacionadas con el transporte -10% cubriendo la noticia- 5% en la oficina- 4%	69% no ha sufrido enfermedades relacionadas con el trabajo. Los que la reportan, 59% estrés. 34% audiovisuales. 30% ortopédicas. 43% ha tenido accidentes relacionados con el trabajo. 77% mientras cubrían la noticia; 34% en tránsito.		75% no han sufrido. 15% sí han sufrido.

Derechos laborales de los/las periodistas-Análisis regional basado en encuestas hechas en 5 países (continuación)

Tema	Brasil	Colombia	México	Paraguay	Venezuela
Duración de la Jornada y Horas de trabajo por día	25% trabajan horario completo. 33% 5 a 7 horas. 21% trabaja 8 horas o más.	48% trabaja horario completo. 25% medio tiempo. 13% por proyecto. 35% no tiene horario fijo. 31% tiene jornada mixta. 30% trabaja más de 11 horas diarias. 21% trabaja 10 horas por día. 11% trabaja 8 horas por día.	49% declaró no tener un horario de trabajo. 35% dijo laborar en un horario mixto. 2% cubrir el turno diurno. 56% trabaja más de 9 horas diarias. 16% trabaja las 8 horas diarias establecidas por la ley de trabajo.	43% tiempo completo. 30% medio tiempo. 13% por proyecto. 36% (mayor %) trabaja entre 5 y 7 horas diarias.	46% (el más alto) trabaja jornada mixta. 71% tiempo completo (8 horas diarias)
Ingresos	El salario promedio oscila entre los \$1.000-\$5.000. La mayoría de los periodistas gana un salario mensual, y sólo el 14% recibe algún paso por sobretiempo.	Tasa de cambio de dólar oficial. La venta de avisos constituye el 90-100% del ingreso mensual para el 14% de los periodistas encuestados. Desglose del salario: 26% salario mensual de parte del patrono, 23% venta de avisos; 21% honorarios profesionales (por cubrir eventos específicos); 5% subsidios, 3% en especie.	7% hace menos de \$100/mes. 23% hace entre \$500 y 1.000. 12% más de 1.500. La encuesta indica que los hombres y las mujeres reciben aproximadamente los mismos salarios. Aunque admiten que el número de mujeres entrevistadas es significativamente menos al de hombres entrevistados.	¿Cuál es el ingreso mensual promedio? ¿Cuál es el salario mínimo oficial por mes? 21% recibe \$501-1.000. 22% recibe \$200-300. 36% recibe de \$301-\$500.	Salario mínimo mensual oficial: \$371.73 (799.230 Bolívares) 17% recibe \$300-500. 27% recibe 500-1.000. 11% recibe más de \$2.000 20% recibe en especie suplementos a su salario.
Beneficios gozados por tener un convenio colectivo	Brasil Los beneficios financieros comúnmente incluyen un bono de un mes de salario extra. Beneficio común de vacaciones - 30 días. Violaciones comunes al contrato colectivo. Incumplimiento del pago de sobretiempo. Incumplimiento del pago de salario a tiempo. No contribuir al aporte para el Fondo de Ahorro de Antigüedad. Falta de pago del bono del decimotercer mes. Múltiples destrezas y la imposición a los periodistas de trabajo para el que no han sido contratados. Tendencia al uso de estudiantes en pasantía para reemplazar a los empleados. Despido sin motivo, crecientemente común.				Venezuela 60 días adicionales de pago (bono vacacional, bono de fin de año).

Es necesario subrayar que son pocos los países de América Latina donde los intentos de los periodistas por lograr reivindicaciones laborales, por la vía de las contrataciones colectivas, no se estrellan contra la recalcitrante negativa de los dueños de medios y la cómplice negligencia de las autoridades gubernamentales.

Cuando recorremos el mapa latinoamericano tenemos que concluir que en el ámbito de la prensa y en la mayoría de nuestros países la figura del contrato colectivo de trabajo es verdaderamente escaso. Las excepciones la constituyen Argentina, Brasil, Chile, Honduras, México, Paraguay, Uruguay y Venezuela, pero la mayoría de ellos, abarcan muy reducidos espacios del territorio.

Entre las iniciativas más importantes adelantadas por la FIP y sus sindicatos en América Latina, cabe destacar la dirigida a enfrentar el deterioro de las relaciones laborales entre las principales agencias de noticias y los sindicatos de periodistas de la región. México, Venezuela y Argentina han sido escenarios de duros conflictos por la defensa de los contratos colectivos de trabajo. En años recientes, se comenzó a trabajar en una estrategia global para la organización de los periodistas dentro de las empresas transnacionales, con miras a generar condiciones idóneas para impulsar uno o varios acuerdos marco.

Un acuerdo marco es una herramienta sindical que se usa de forma regional o internacional y de aplicación en aquellas industrias de empresas transnacionales que reúne los convenios básicos de la OIT, incluyendo derechos fundamentales sindicales de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.

Dicha iniciativa está inspirada, por un lado, en el primer acuerdo marco en la historia de la FIP firmada con el Consorcio Alemán WAZ en el año 2007, que a su vez es coincidente con la resolución fundacional de la Confederación Internacional Sindical (CSI), en la cual llama "a trabajar por la regulación nacional e internacional efectiva de las empresas". Asimismo, la Declaración Tripartita de Principios relativos a Multinacionales y Políticas Sociales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) constituye otro referente.

En una primera conferencia sobre condiciones de trabajo en las agencias internacionales de noticias, celebrada en Caracas (diciembre 2006), se propuso una serie de líneas de trabajo en este campo y se conformó un equipo jurídico de apoyo y una red de trabajadores. Igualmente se

redactó un informe que abarcó las condiciones de trabajo de los periodistas en las agencias en varios países del continente. Una red de trabajadores quedó encargada de darle continuidad a ese proyecto.

Al siguiente año (2007), con el objetivo de capacitar a los trabajadores de las agencias en materia de la elaboración de acuerdos y de estrechar acciones y estrategias, se llevó a cabo la Segunda Conferencia en Santiago de Chile, con la participación de trabajadores de agencias de Argentina, Uruguay, México, Venezuela y Estados Unidos y dirigentes sindicales de esos países y de Colombia y República Dominicana.

En esta Segunda Conferencia, se terminó de redactar una Propuesta de Convenio Marco Global para su presentación a trabajadores de otras regiones y para su discusión en la red de corresponsales de agencias y en las diferentes instancias del movimiento sindical de los trabajadores de la prensa. En México 2008, se acordó un plan de trabajo mediante el cual representantes sindicales de agencias de noticias de la región profundizarán la integración y la unidad de los periodistas alrededor de la propuesta de acuerdo marco para decidir y ejecutar las acciones destinadas a su concreción. Esta propuesta quedaría encuadrada en el valor fundamental del diálogo social, en este caso a nivel internacional, como lo ha caracterizado la OIT.

Notas

- 1 Venezuela es la excepción, donde 71% de los/as periodistas encuestados/as tienen contrato.
- 2 Brasil fue la excepción, donde la mayoría de los/as periodistas encuestados/as (80% de los cuales son afiliados de un sindicato), indicaron su sindicato y la negociación colectiva como el mejor método.

Derechos laborales de los/las periodistas-Análisis regional basado en encuestas hechas en 5 países (continuación)

Tema	Brasil	Colombia	México	Paraguay	Venezuela
Régimen de contratación		55% tiene contrato. 40% no tiene contrato. 45% tiene contrato escrito. 17% tiene contrato verbal.	45% tiene contrato. 55% no tiene contrato. 42% de los que tienen contrato, éste es escrito. 40% tiene contrato verbal.	56% tiene contrato. 33% no tiene contrato. 50% de los que tienen contrato, éste es escrito. 26% tiene contrato verbal.	71% tiene contrato escrito. Sólo 10% de estos tiene contrato colectivo. 21% tiene contrato verbal. Los periodistas cubiertos por contrato colectivo están concentrados en Caracas, ciudad capital, y 2 en el estado Lara. Uno de los principales obstáculos para la cobertura del contrato colectivo es la ineficacia del Ministerio del Trabajo para implementarlo oficialmente y responder a las demandas de los trabajadores.
% que trabaja por cuenta propia		El 58% encuestado trabaja como Freelance. 45% de los periodistas encuestados tienen más de un empleo. 39% encuestados manejan sus propios medios.	17% trabaja para más de un medio. 57% tiene sólo un empleo.	30% trabaja como Freelance.	
Beneficios médicos		54% no responden preguntas referentes a beneficios. Aproximadamente 5% de los periodistas encuestados tiene beneficios de salud.		50% hospital público. 26% hospital privado.	
Derecho a pensión / jubilación		Menos del 1% recibe aguinaldos, ni hablar de una pensión.		9.2% pagado por la empresa	
Seguro de vida		Menos de 1%		2.3%	
Discriminación (cómo es definido y si experimentan)	33% ha experimentado discriminación en el trabajo. 19% por activismo sindical y 12% por razones políticas.	55% no ha experimentado discriminación. 36% Sí. 12% discriminación por política. 7% basada en nivel educativo.	42% de los periodistas no ha sufrido discriminación. La discriminación más prevalente. 17% política. 11% social. 11% basada en género.	78% no ha sufrido discriminación. 20% sí. 50% discriminación por política. 18% discriminación por el género. 12% discriminación antisindical.	78% no ha sufrido discriminación. 9% sí. Evidencia anecdótica del sindicato (no encuestada) sobre la discriminación salarial por la actividad sindical.
Existencia de legislación que restringe la libertad de expresión y el desempeño profesional de los / las periodistas					Ley de Responsabilidad Social para Radio y Televisión, reforma al código penal.

Continúa en la siguiente página

Derechos laborales de los/las periodistas-Análisis regional basado en encuestas hechas en 5 países (continuación)

Tema	Brasil	Colombia	México	Paraguay	Venezuela
Agresión en el trabajo, si experimentan, y qué tipo	50% ha sufrido agresión en el trabajo. Lo más común es el acoso (30%) y la censura (19%).	50% ha sufrido alguna forma de agresión. 11% censura; 8% despedido injustificado; 8% acoso; 5% acoso sexual.	51% de los periodistas ha sido censurado. 20% ha sufrido acoso. 19% ha sido amenazado. De los que han sido amenazados, 36% han recibido amenazas de muerte. El punto alarmante es que un 36% dijo haber recibido amenazas de muerte, porcentaje que lo ubica como el principal agravio contra los profesionales de la información. Las amenazas de despidos se sitúan en la tercera posición con un 20%; el acoso judicial con 16%; la agresión o muerte contra familiares, 11%, 1% secuestros.	65% no ha sufrido agresiones. 28% sí. 60% de los que han sufrido agresiones / censura, 30% ha sufrido amenazas, 30% ha sufrido acoso emocional / mortal.	65% no ha sufrido agresiones. 16% las han recibido.
Autocensura	60% autocensura por temor al despido y por la orientación política. 32% han tenido que escribir sobre temas que van contra su moral.	54% se ha autocensurado. 14% por miedo a grupos criminales o a individuos; 8% miedo a entidades estatales; 8% temor al despido.	43% se ha autocensurado. La principal causa tras la autocensura es la presión de grupos o individuos criminales.		
Discriminación/agresión por área de trabajo	40% reporta haber recibido amenazas. 22% de esas amenazas vienen de actores políticos. 40% fueron forzados a hacer cambios editoriales que modificaban el significado de su historia o la imagen periodística.	55% de los periodistas declara haber recibido amenazas relacionadas con sus deberes profesionales. (20% de políticos y autoridades públicas; 10% de grupos ilegales; 4% policía local; 3% fuerzas armadas estatales; 27% desconocidos).		Los reporteros y "otros" sufren la mayor discriminación en el trabajo.	
Capacitación profesional para periodistas	87% de los periodistas no ha recibido entrenamiento sobre seguridad en el sitio de trabajo. Sao Paulo y Río son los únicos estados donde se ha realizado esta clase de entrenamiento.	25% ha recibido entrenamiento sobre seguridad. 50% ha experimentado presión para trabajar en situaciones riesgosas (cubriendo situaciones noticiosas violentas; violencia urbana).	69% no recibe entrenamiento en seguridad o precauciones de salud. 23% debe cubrir noticias que lo exponen a la violencia; 21% relacionado con violencia urbana.		Los patronos no lo proveen, el SNTP ha dado entrenamiento en 2006 con el INSI.

Galería de Papel



Galería de papel. Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".

Eddy Chacón: Bolívar *testigo*

“Y es que el culto a la figura histórica de Bolívar dista mucho de ser una creación literaria, nacida del patriotismo exaltado y de la sensibilidad superexcitada de uno o de varios escritores. Dicho culto ha constituido, propiedad de términos, una necesidad histórica, sin que por ello deba entenderse más de lo que el concepto de necesidad pueda expresar en el orden histórico. Su función ha sido la de disimular un fracaso y retardar un desengaño, y la ha cumplido satisfactoriamente hasta ahora”.

German Carrera Damas.

En las competencias de atletismo el *testigo* es una barra pequeña de poco peso, usada en las carreras de relevos. Cada corredor durante la competencia debe pasar el testigo de su mano a la mano del siguiente participante hasta finalizar el evento.

Bajar a Simón Bolívar del pedestal construido por los sectores de poder, que lo usan como argumento de sus ambiciones, y transformarlo en *testigo* es una propuesta creativa y documental que en forma continua e inteligente facilita Eddy Chacón, comunicadora social (UCV) y artista autodidacta. Sus planteamientos, entre ellos el que presenta en esta edición de la *Galería de Papel*, parten de la obra como un proceso inacabable que encuentra sus argumentos, al igual que el periodismo, en la realidad individual o colectiva de un determinado espacio sociocultural.

Como bien lo señala la artista, sus planteamientos no pretenden ser estudios sociológicos rigurosos. Ellos sólo intentan presentar una visión particular de nuestras hibridaciones y contradicciones. Sus ideas, desarrolladas durante quince años de actividad constante, se manifiestan mediante diversas plataformas como la fotografía, el video e Internet. A través de ellas, al trastocar el significado de los elementos que propone, devienen tensiones que estimulan a la reflexión.

Eddy Chacón asume esta propuesta desmitificadora como un proceso y acción continua de creación a través del imaginario construido con la complicidad del otro. El sentido y la intención la conducen a salidas abiertas, en las cuales la obra objetual



Fotografía: Antonio Lazo

como producto final está ausente por su carácter efímero. En su lugar queda el documento fotográfico de una acción que es facilitada, pero no dirigida.

Bolívar *testigo* se construye a partir de una imagen estereotipada del Libertador Simón Bolívar, representada en una estatuilla serial de yeso policromada, colocada por diversos participantes anónimos en diferentes contextos. La conceptuali-

zación definitiva y documentación de los resultados corresponde solamente a quien le fue entregado *el testigo*. De esta manera la autoría se disuelve en la búsqueda de la redefinición tradicional del papel del artista y del destinatario creador de la propuesta. El objetivo alcanzado es parte de un proceso plural, una suerte de dispositivo liberador que invita al espectador final a la reflexión y redefinición del planteamiento obtenido. Nacen por esta vía múltiples imaginarios surgidos de la dinámica interna de las denotaciones y connotaciones que resultan de los distintos acoplamientos obtenidos.

Gracias al proceso y a la complicidad anónima, la obra se hace una suerte de ensayo abierto. Con esta acción Eddy Chacón formula una invitación a la mítica imagen de un símbolo patrio a encontrarse con la realidad y a formar parte del juego democrático. Convirtiendo al Libertador no sólo en el *testigo* de una carrera de relevo creativa, sino también en *testigo* excepcional de estos tiempos. Documento creativo, histórico y social de una amplia pluralidad de lecturas que más que seguridades ofrece aproximaciones.

Víctor Hugo Irazábal
irazabalzu@yahoo.com

- Los colegios de periodistas en Latinoamérica
- Situación laboral del periodista en Venezuela
- Adiós a la era de los periódicos
- Ante la reforma de la Ley del Ejercicio del Periodismo
- Sobre la libertad de expresión
- Acceso a la información pública en la defensa de los derechos en Venezuela
- TDT, titubeos sin aplausos
- Comunicación Integral de Marca
- El reto ético de las escuelas de América Latina. Caso Universidad del Zulia, Venezuela
- Convergencias y divergencias en la sociedad de la información
- Municipio Guaicaipuro del Estado Miranda. Estudio exploratorio de las radios comunitarias
- Comunicación es cualquier cosa –Conversando con Raul Fuentes Navarro–
- Derechos laborales de los periodistas. Análisis regional 2008



Portada y contraportada Eddy Chacón. Serie "Proyecto Bolívar Testigo".