

Lector en tránsito

Director

Marcelino Bisbal

Editores adjuntos

Consejo de Redacción

Consejo editorial

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
Agrivalca Canelón
Andrés Cañizález
Gustavo Hernández
Carlos Delgado Flores
Humberto Valdivieso
Francisco A. Pellegrino
Honegger Molina
José Martínez-de-Toda
Gabriela Arenas
Carlos Correa
Luis Carlos Díaz

Consejo Fundacional

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

Colaboradores**del presente número**

Colette Capriles
Alfonso Molina
María Eugenia Naranjo
Nelesi Rodríguez
María Ignacia Alcalá
Rowan Lozada-Aguilera
Moisés Naím
Johanna Pérez Daza
Antonio Fernández Nays
Néstor García Canclini
Juan Peraza Guerrero
Luis Alfredo Álvarez Ayesterán
Francisco R. Pastoriza
Víctor Suárez
Raisa Urribarrí
Germán Rey
José María Álvarez Monzoncillo
Andrea Daza Tapia
ANDA-FEVAP
Sergio Dahbar
Tulio Hernández
Guillermo Bisbal
Gioconda San Blas
Daniel Tovar
Inés Quintero
María Alejandra Fajardo
Iria Puyosa
Gabriela Ruiz

Revisión

Marlene García

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 200,00

Suscripción de apoyo: Bs. 400,00

Número suelto: Bs. 160,00

Forma de pago:

En Venezuela

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

BanESCO

Cta. Cte. N° 0134-0413-59-413101041-4

Para suscripciones del exterior
contactar a la administración
del Centro Gumilla

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,
local 2, esquina Luneta,
Altigracia. Apartado 4838
Caracas, Venezuela ZP 1010.
Teléfonos: 564.9803 - 564.5871
Fax: 564.7557

Redacción Comunicación:

comunicacion@gumilla.org

Redacción SIC:

sic@gumilla.org

Unidad de Documentación:

documentacion@gumilla.org

Administración:

administracion@gumilla.org

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>

Esta publicación es editada con el apoyo de



comunicación

Nº 163-164 | Estudios venezolanos de comunicación • CENTRO GUMILLA

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

PRESENTACIÓN	Lector en tránsito	2	
AGENDA PÚBLICA	Más que política, política identitaria Colette Capriles	6	
	Comunicación y desarrollo. Pistas para una página en construcción Agrivalca R. Canelón S. • Carlos Delgado-Flores	9	
	El noveno festival del cine venezolano. Una nueva generación Alfonso Molina	12	
	Cambios en las prácticas comunicacionales de la Iglesia católica venezolana a los cincuenta años del Concilio Vaticano II María Eugenia Naranjo	16	
PRE-TEXTOS	Big data: dos lecturas para un fenómeno múltiple Nelesi Rodríguez • María Ignacia Alcalá	20	
	Recuerdos del futuro (III) Rowan Lozada-Aguilera • Francisco A. Pellegrino	24	
	Rafael Correa, paladín de la libertad Moisés Naím	32	
	Comunicación internacional como estrategia de política exterior Johanna Pérez Daza	34	
	TEMA CENTRAL	Escribir para motores de búsqueda Antonio Fernández Nays	42
		Lectores, espectadores e internautas Néstor García Canclini	49
Inconformes con el espacio. La lectura y la ciudad en el siglo XXI Humberto Valdivieso		54	
Lecturas fotográficas Juan Peraza Guerrero		62	
Las lecturas del joven venezolano Luis Alfredo Álvarez Ayesterán		68	
El fin de la literatura: ¿es literatura la novela? Francisco R. Pastoriza		74	
Cruje la hegemonía cultural Víctor Suárez		78	
Venezuela. De la Sociedad del Conocimiento al socialismo del siglo XXI Raisa Urribarrí		82	
ESTUDIOS		Políticas públicas y comportamiento del lector venezolano 2004-2012 Carlos Delgado-Flores	94
		Las reubicaciones de la lectura, libros, lectores y lecturas Germán Rey	104
	Las nuevas televisiones. Personalización e individualización José M ^a Álvarez Monzoncillo	114	
INFORMACIONES		126	
VITRINA		132	
ENTREVISTA	Josep Maria Carbonell: Sin democracia no hay regulación posible Andrea Daza Tapia	138	
DOCUMENTOS	Los retos de la educación superior en el contexto globalizado Conferencia de Moisés Naím en la UCAB	141	

LECTOR EN TRÁNSITO

Esta nueva entrega de nuestra revista *Comunicación*, la última del año por ser este un número extraordinario*, trata sobre los lectores, los libros, las lecturas y sus variantes. También ofrecemos una serie de ensayos que van tocando la realidad nacional en su sentido comunicacional (el festival del cine venezolano, el encuentro venezolano de investigadores de la comunicación, la política del país y sus tramas, las prácticas comunicacionales de la Iglesia católica venezolana, el sector de las telecomunicaciones y las TIC en la era de Hugo Chávez), al igual que en el ámbito internacional y latinoamericano, particularmente la Ley de Medios en Ecuador, consideraciones comunicacionales sobre la hegemonía cultural a la luz de dos eventos celebrados en ultramar como fueron el Congreso de la Asociación Mundial de Editores de Periódicos (Bangkok, junio 2013) y la presentación del nuevo Informe sobre Medios y Entretenimiento de PriceWaterhouseCooper también en junio de este año. La revista cierra sus páginas con la entrevista al decano de la Facultad de Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramón Llull, quien estuviera de visita por nuestro país. En esa conversación se tocó fundamentalmente el tema de la regulación de las comunicaciones y la democracia. Igualmente, a propósito de los sesenta años de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) ofrecemos en extenso la conferencia del economista y analista venezolano Moisés Naím. Sus palabras sirvieron para ofrecernos un análisis acerca de los retos de la educación superior, los mitos de esa educación y las perspectivas que se le abren. Toda la conferencia giró en torno a esta interrogante: ¿la academia está respondiendo –a la velocidad deseada– a los cambios que se están dando producto de la globalización, las TIC y las telecomunicaciones?

El título de este número es más que ilustrativo acerca de su contenido central: *Lectores en tránsito*. Desde hace ya un buen tiempo el libro se ha venido preparando para su revolución tecnológica, pero ¿y el lector? Muchos son los que, ante el peligro que representa Internet y la convergencia tecnológica que el sirve, han pontificado la desaparición del libro y, en definitiva, de lo impreso. Pero como muy bien nos apunta el editor Jean-Philippe de Tonnac, quien dirigiera una estupenda conversación entre Umberto Eco y Jean-Claude Carrière acerca de los libros (*Nadie acabará con los libros*):

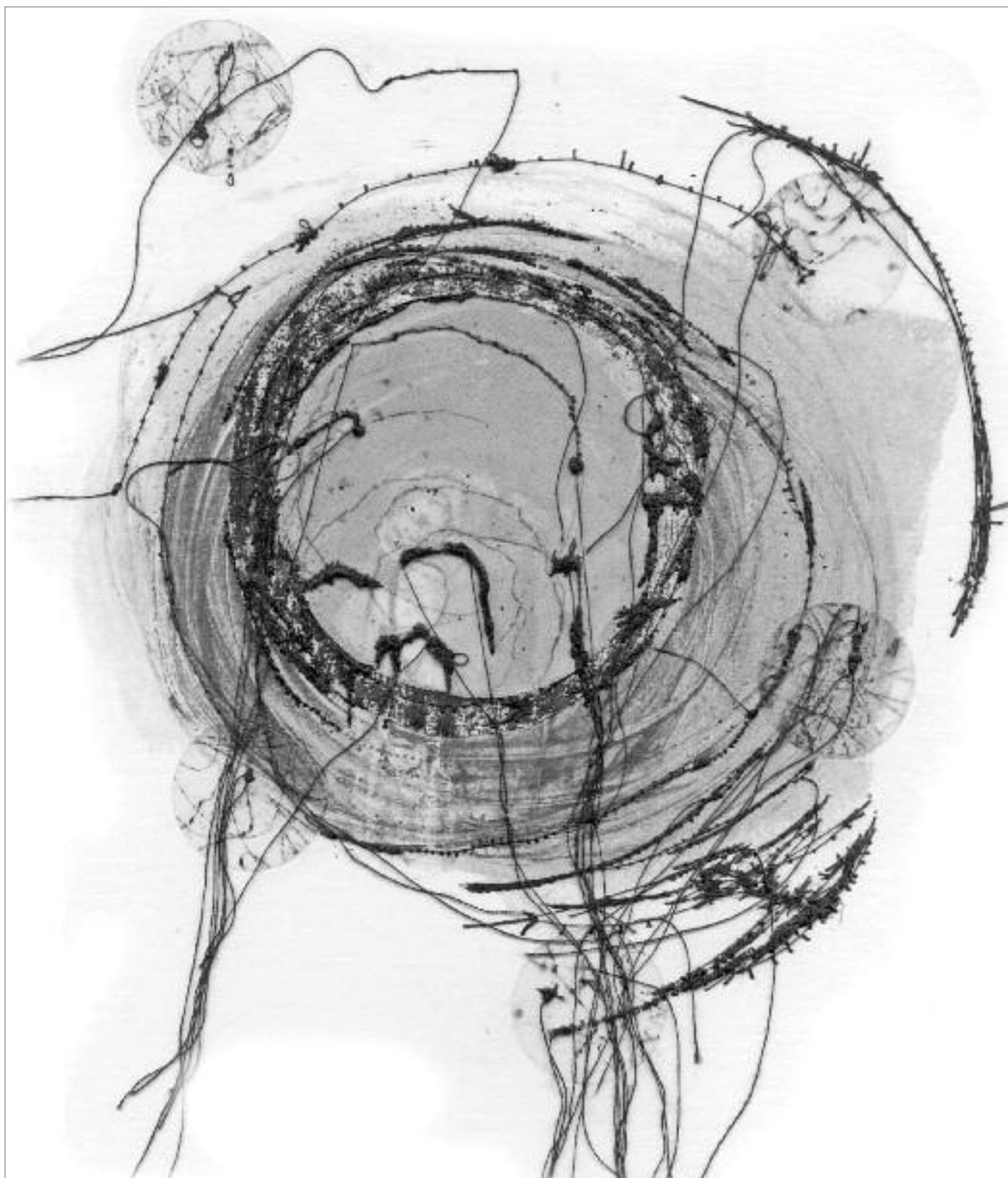
“El libro, a pesar de los desgastes provocados por los filtros, al final supera todas las emboscadas, para bien o para mal. Ante el desafío que representa la digitalización universal de los escritos y la adopción de nuevos instrumentos de lectura electrónica, esta evocación de las ventajas y desventajas del libro permite relativizar las mutaciones anunciadas”. Pero mejor aún, y más expresivo, es lo que declara U. Eco en una de esas conversaciones: “El libro es como la cuchara, el martillo, la rueda, las tijeras. Una vez que se han inventado, no se puede hacer nada mejor. El libro ha superado la prueba del tiempo... quizás sus páginas dejen de ser de papel, pero seguirá siendo lo que es”.

Otra vez la pregunta: ¿qué pasa con el lector? Ante la presencia de numerosos y sorprendentes lenguajes, el lector ha tenido que diversificarse en sus formas de lectura. Ha tenido que aprender o está aprendiendo a leer de otras maneras, de muchas maneras a la vez. Se lee no solo el libro y la prensa, se lee la radio, la televisión, el cine, la fotografía, la moda, los colores, la ciudad... Ya no existe una única forma de leer, aún cuando se trate de un mismo soporte ya sea este para la escritura, la imagen, el sonido... es decir, tanto para mensajes escritos como para los audiovisuales. Cada vez se lee más y así lo demuestran las investigaciones sobre el consumo cultural. Las cifras de lectura nos están diciendo que Internet se ha venido convirtiendo en un soporte para diversidad de lenguajes, de narrativas que requieren ser descifradas, leídas, y se están leyendo.

Como vemos, el lector se ha diversificado y ya no se circunscribe solamente al soporte escriturario tradicional, sino a otros soportes que sustentan no solo ese lenguaje, sino muchos otros. El sentido-hoy de lector ya no está inscrito en la idea de lector de libros, el concepto ahora es más amplio y diverso. Pero en ambos sentidos el lector requiere de un aprendizaje, de unas destrezas para seleccionar y jerarquizar lo leído. Por eso es cada vez más importante que el sistema educativo, en sus diferentes fases, se adapte a las nuevas narrativas, a los nuevos lenguajes y, en definitiva, a las nuevas sintaxis que traen consigo los lenguajes.

Lector en tránsito es la denominación que le hemos asignado desde estas páginas al nuevo lector que está surgiendo. En tránsito hacia otros soportes del lenguaje, por lo tanto de escrituras.

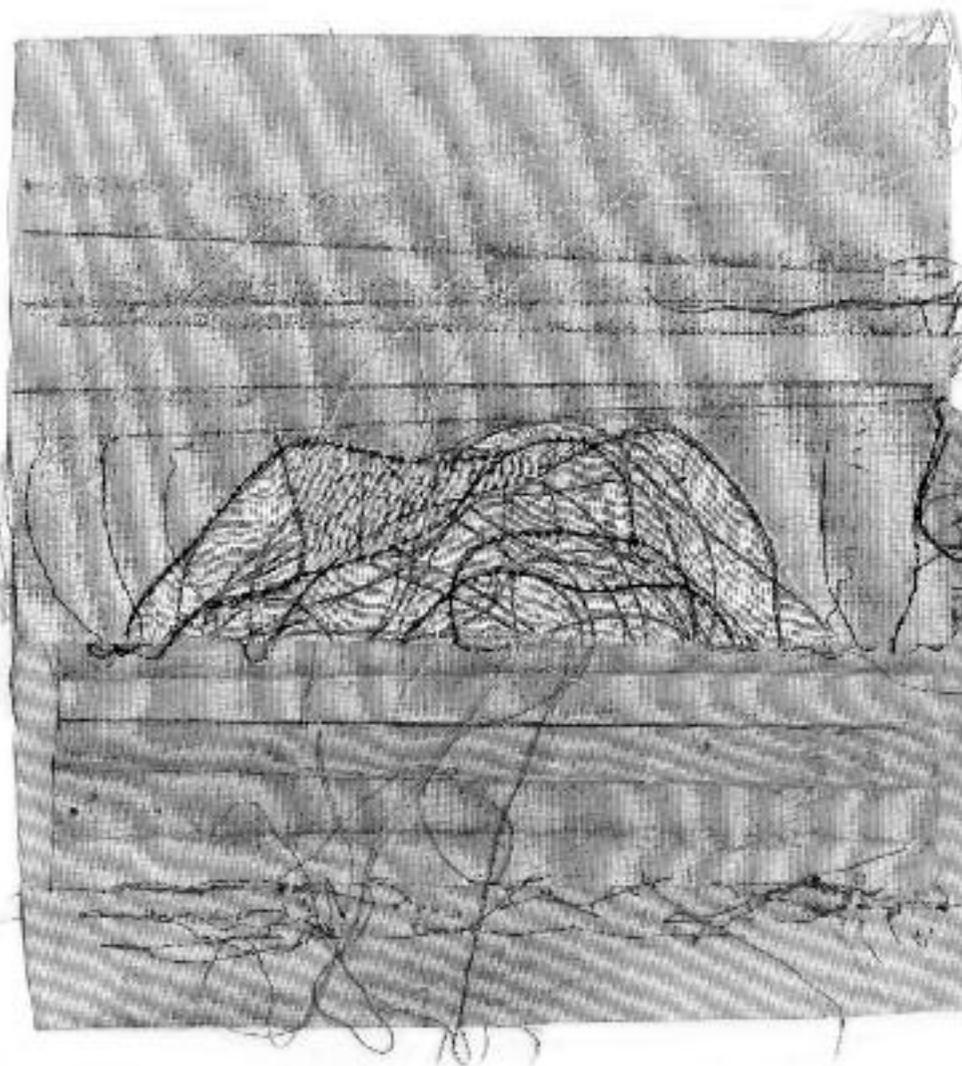
* Nos vemos en la obligación de explicar el por qué de este número extraordinario. En el país faltan muchas cosas básicas para la cotidiana existencia, pero también falta papel para los diarios, los libros, las revistas, las publicaciones en general. Atravesamos una crisis aguda en el mundo editorial por la falta de papel y de otros insumos gráficos. Ante esa dificultad nos hemos visto en la necesidad de hacer dos números en uno. Si el libro representa un homenaje a la denominada galaxia Gutenberg, la existencia de ellos y de los lectores son el premio por esa gran invención que ha sido la edición. En la Venezuela del presente no podemos ofrecer ese homenaje.



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).



● agenda pública



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

Más que política, política identitaria

Colette Capriles

● 6

Comunicación y desarrollo Pistas para una página en construcción

Agrivalca R. Canelón S.
Carlos Delgado-Flores

● 9

El noveno festival del cine venezolano Una nueva generación

Alfonso Molina

● 12

Más que política, política identitaria

Palabras de presentación del libro

La política y sus tramas. Miradas desde la Venezuela de presente.

La presentadora, más que referirse al contenido del libro, intentó predecir el futuro apuntando que es tarea difícil de hacer. Ni siquiera podemos imaginarlo, porque el país se halla en un eterno presente, en una ilusión de tiempo suspendido.

■ **COLETTE CAPRILES**

Primero, debo expresar mi agradecimiento al rector Virtuoso y al profesor Bisbal por esta invitación que me honra y que me da la oportunidad de sugerir algunos puntos de vista que encuentro muy afines al espíritu del libro que hoy se presenta, particularmente en esa idea de *ir de la comprensión a la explicación y no al revés*, como reza sabiamente el texto de presentación.

Claro que a mí me asignaron, modestamente, la tarea de predecir el futuro. Y el problema es que parece que lo que resulta difícil es meramente imaginarlo. Hay algo entre nosotros que causa la ilusión de que el país se halla en una especie de eterno presente, en un tiempo suspendido, en una historia que no termina de alcanzar su desenlace, como aquella socorrida imagen de Gramsci cuando decía que vivía la época del monstruo en que lo nuevo no termina de nacer y lo viejo no termina de morir. Pero al mismo tiempo no hay quien no perciba que en estos largos años de chavismo el país ha cambiado tremendamente. Tanto, que parece justamente que no podemos reconocerlo.

Y no parece casual que el lenguaje público entre nosotros hoy esté dominado por el concepto de reconocimiento. Voy a volver sobre esto en un momento, pero más bien me pregunto ahora quién es este *nosotros* del que estoy hablando. La dramática realidad es que no hay un *nosotros*. La primera evidencia de los cambios que ha sufrido el país está en ese *nosotros* partido, roto, que se separa de los *otros*. La otra evidencia es que el pensamiento ha sufrido mucho en estos años. Es un poco paradójico decirlo, porque la literatura, aca-

démica y en general, que ha sido provocada por este proceso, es increíblemente voluminosa, variada y valiosa. Pero a menos que se trate de la producción apologética, lo que hemos cosechado en estos años viene del asombro y se articula desde afuera, si se me permite la expresión. Y es que el discurso dominante ha excluido intensamente al pensar; es profundamente anti-intelectual. Hojeando el libro de Agustín Blanco Muñoz, *Habla el Comandante*, me encontré con una expresión desnuda de este anti-intelectualismo, cuando Chávez escucha una larga perorata de Blanco Muñoz en torno a la historia de la moral revolucionaria y sus fracasos, y le dice luego: “mientras los intelectuales logran esa concepción nueva de la historia nosotros llegamos a conclusiones prácticas que nos permiten atacar, porque si nos ponemos a esperar ¿qué es lo que vamos a lograr?”.

Este anti-intelectualismo terminó por excluir la posibilidad de pensarnos y la restringió a ciertos espacios marginales, mientras el espacio público se fue llenando con otra cosa. Con algo distinto, con un nuevo vocabulario y una retórica distinta, con ademanes y referencias que convocaban día a día la estupefacción, la extrañeza, el asombro, pues. Algo que no se sabía o que no se sabe muy bien qué es, porque quizás su eficacia política provenga de esa misma confusión.

Y aquí vuelvo al tema del reconocimiento. De hecho, en el inventario del chavismo, lo que en definitiva ha sido la piedra angular de su construcción como una *época* del país, ha sido precisamente el concepto de *reconocimiento*, ahora en



En realidad, lo que ha ocurrido es, creo yo, un intento masivo de construir una nueva identidad nacional, y es a esto a lo que se reduce el proyecto “político” (y le pongo comillas) del chavismo, una vez despojado de su impedimenta retórica.

sentido social, como si algo que estaba oculto ante la sociedad (o más bien, ante quienes la pensaban o gestionaban) hubiera emergido. Recuerden ustedes la infinidad de discusiones que seguramente han sostenido en torno a las ejecutorias del régimen chavista y verán que hay una como ley inexorable según la cual la discusión termina en un punto muerto cuando aparece el argumento de la *visibilización* o *empoderamiento* de los pobres, o de una Venezuela que *antes* permanecía en las sombras o en los bordes o en los márgenes de la sociedad. Este es un argumento muy poderoso porque es a la vez descriptivo y normativo, es decir: pretende describir un hecho pero a la vez subraya la supremacía moral de ese emprendimiento, y de paso contiene una filosofía de la historia y una versión de la historia: el *antes* oscuro se opone al presente luminoso.

En realidad, lo que ha ocurrido es, creo yo, un intento masivo de construir una nueva identidad nacional, y es a esto a lo que se reduce el proyecto “político” (y le pongo comillas) del chavismo, una vez despojado de su impedimenta retórica.

Siempre me ha parecido notable la contradicción tan evidente entre, por una parte, la omnipresencia de la política en nuestras vidas desde 1998, invadiéndolo todo, sustituyendo a la telenovela de las 9 con todas sus vicisitudes, desgarrando el mundo conocido, y por otra parte, la despolitización que paradójicamente se producía con ello. Se destruyó —se intentó destruir— el sentido de la política mientras todo giraba en torno al poder. Al poder de Uno. La política en efecto supone una distinción esencial entre gobernar y ser gobernado, y entre el ámbito de lo público y el de lo doméstico. Puede alternarse esa función, pero la distinción entre los ámbitos del poder es crucial, y es precisamente el borramiento de esos límites y distinciones lo que ocurrió. Por eso el marxismo y el leninismo auguraban la muerte de la política cuando propugnaban la del Estado; la emancipación del hombre, su no sujeción al poder, se traducían en lo que Lenin lla-

maba la sustitución de la política por la administración.

En nuestro caso, claro, como en el de tantas experiencias históricas, no es la desaparición del Estado lo que estaba en juego, sino la de la sociedad. Ese proceso de despolitización produjo los síntomas que conocemos: la denigración de los partidos políticos, la degradación de las categorías políticas en el lenguaje, la fusión de las instituciones en la voluntad del comandante-presidente, la multiplicación de las leyes (que intentan sustituir las prácticas convencionales de la sociedad por otras emanadas de esa voluntad única), etcétera.

Pero si se atiende a esto otro, a saber, a que lo que se ha tratado de implantar o construir es más bien una nueva identidad, un edificio identitario, la contradicción desaparece, porque la pretensión del proyecto es que esa identidad nueva sustituya el orden político por un orden antropológico, por así decirlo. No hay una voluntad política sino demiúrgica, se podría decir: crear un nuevo venezolano.

Mucha de la dificultad para definir al chavismo proviene de la pretensión de considerarlo un movimiento político que tendría que tener una forma doctrinaria definida o al menos filiaciones con prácticas reconocibles dentro de la política. Parece más fácil considerarlo como una especie de volapük o esperanto, es decir, un diseño deliberado para crear una nueva cultura o identidad, que toma elementos de muchas otras experiencias.

Debe decirse también que, como ya nos ha ocurrido antes, en Venezuela se hace síntoma muy precozmente el males-

tar civilizatorio que también podemos anotar en otras latitudes. La democracia occidental se mira en el espejo de una crisis de identidades. Las instituciones de la democracia liberal siguen allí; las prácticas políticas no han cambiado, pero la calidad de su funcionamiento, o más bien, la experiencia cívica que la acompaña, está desencantada. En Francia Frigide Barjot y el movimiento de “Manif’ pour tous”, el Tea Party estadounidense, Beppe Grillo en Italia: casos en los que la interpelación va dirigida no a cuestionar al régimen o a suplantarlo un gobierno, sino a representar nuevas identidades más o menos difusas pero que demandan reconocimiento. Difusas digo, porque lo característico es que las antiguas taxonomías del espectro derecha-izquierda resultan totalmente insuficientes para describirlas.

Como son también poco aptas para referirse al chavismo, a pesar de la insistencia estratégica de este en autodefinirse como el último gran aliento de la izquierda revolucionaria. A lo que hay que prestar atención, sugiero, es al chavismo como una poderosa factoría para manufacturar identidad, lo que, claro, supone también pertenencia, cultura, referencias, conexiones, mapas, gustos, prácticas específicas, etcétera.

No voy a entrar en el asunto, importantísimo, de cuán eficaz ha sido la implantación de esta nueva identidad, y ni siquiera en qué consiste específicamente. Es muy obvia la estética oficial, como lo son las categorías con las que ordena el mundo, o la neolengua, pero es claro que todo ello no es sino una superficie de otras prácticas y formas de ser, de otras moralidades, cuyo alcance no puede determinarse fácilmente. Lo cierto es que todo ello nos emparenta con los totalitarismos del siglo XX, por supuesto, aunque, repito, el problema de la taxonomía política del chavismo no debería distraernos de su análisis.

Pensar así nos ayuda a entender además lo que se puede llamar la naturaleza espectacular del chavismo, su afición por la puesta en escena, es decir, por el relato,

por la narrativa, en detrimento de la experiencia directa o de la experiencia reflexionada. El chavismo se estructura como una especie de saga o relato homérico interminable, más que como ideología o programa. Es un relato de la carencia, de la falta, de lo no-recibido, de lo escamoteado, de lo que debí tener y no tuve, del resentimiento, pues. Allí se inserta por supuesto la obsesión por ocupar hegemónicamente el espacio comunicacional sin dejar vacíos por los que pueda colarse el país real, la experiencia real de todos los días.

Y también arroja luces sobre el origen de todo esto. Chávez y quienes lo rodeaban al principio de su aventura lograron proponer una manera de abordar el enigma de la crisis de la maduración moderna de Venezuela. Fueron a la vez el síntoma y la oferta de curación. Nuestro país ha sufrido, durante el siglo XX, una gran intoxicación de modernidades. Uso el plural porque la enfermedad nuestra es que la consolidación de una identidad moderna ha sido muy accidentada y disputada, dividida entre varios proyectos de modernidad no necesariamente compatibles entre sí. El final del siglo XX nos agarró en un vacío identitario que fue aprovechado por un movimiento muy reaccionario, muy de retorno a una situación primigenia o de nostalgia de autenticidad, en la que hablar del *árbol de las tres raíces* no sonaba ridículo.

Insisto en el tema de las identidades múltiples o superpuestas con las que nos regaló el proceso de modernización: no es difícil recordar el *spleen*, el malestar que circulaba en la sociedad venezolana durante los ochenta o los noventa como testigo de esa fragmentación identitaria, esa falta, precisamente, de identificación. En esos años hay síntomas difusos: la gente empezó a poner *stickers* con el tricolor patrio en sus carros y comienza toda una experimentación plástica con los símbolos nacionales. Y es que en efecto, en unos escasos cuarenta años, el país había atravesado por la implantación de distintos proyectos identitarios. El Juan Bimba de la revolución de octubre, que metafórica la



El final del siglo XX nos agarró en un vacío identitario que fue aprovechado por un movimiento muy reaccionario, muy de retorno a una situación primigenia o de nostalgia de autenticidad, en la que hablar del árbol de las tres raíces no sonaba ridículo.

incorporación de la Venezuela rural a un proyecto moderno; el Nuevo Ideal Nacional perezjimenista, con su obsesión asfáltica y su símbolo, el *bulldozer*, gran dominador de la naturaleza y demiurgo de la modernidad; desde 1958, la voluntad democrática, la democracia como proyecto nacional, que afirmó la conciliación y el pluralismo identitario, incluyendo el espacio de las vanguardias insurgentes que nunca le guardaron lealtad a la democracia, y que repudiaban esa identidad democrática *adeca*. Una identidad más sostenida en el consumo (y por lo tanto en la distribución de la renta petrolera) que en referentes nacionales compartidos. En veinte años la pregunta acerca de qué somos había tenido demasiadas respuestas y pocas satisfacciones.

Y por eso la pregunta permaneció entre nosotros de una manera obsesiva. Por eso el éxito identificatorio de la figura de Chávez. Pero me atrevo a decir que es hora de darle nuevamente forma. El futuro de esta sociedad que somos exige la construcción no voluntarista, sino reflexiva, de una identidad societaria que, desde el pluralismo, ofrezca a la vez cohesión y direccionalidad, dentro de un proyecto político que recupere las distinciones, las separa-

ciones entre los diferentes ámbitos de la vida. Que proponga un nuevo orden de relaciones entre lo público y lo privado, que defienda celosamente la separación de los poderes, que ofrezca un horizonte de expansión de los distintos proyectos vitales que puedan haber.

Debo decir que esta reflexión coincide, al menos en espíritu, con las provocadas, en el ámbito ya propiamente político, por los resultados de las elecciones del 7 de octubre. En ese momento quedó claro el poder de la maquinaria de control social –y por lo tanto electoral– en la que se convirtió el Estado chavista, pero también quedó claro, por la manera en que se desarrolló la campaña electoral, que el plano de la lucha simbólica, identitaria, era aquel que en definitiva articulaba el destino político. Quedó clara la necesidad de que la oferta de la alternativa democrática se estructurara también como un proyecto de vida y no solo de gestión pública.

Y el 14 de abril eso quedó aún más claro porque el elemento de identificación cambia de lugar. La oferta vital es la de la alternativa democrática, frente a un silabario depresivo del chavismo huérfano y mórbido, que recurre a los códigos que funcionaban muy bien con Chávez pero que terminan convertidos en parodias en manos de sus herederos. No quiero decir con esto que el descomunal éxito político de esa jornada haya provenido únicamente de este *swapping*, este intercambio que se produjo. Pero no cabe duda de que el futuro exigirá (y aquí vuelvo al tema del pensar) una confluencia narrativa, por así decirlo, que recupere la unidad hoy perdida, que nos ponga de nuevo frente a los dilemas de la modernidad con ojos frescos, convicciones claras y suficiente escepticismo como para no creer en soluciones prefabricadas o en algoritmos y programas técnicos milagrosos.

COLETTE CAPRILES

Psicóloga social, filósofa y escritora. Profesora de Ciencias Sociales y Filosofía Política en la USB. Autora de La máquina de impedir (2011).



COMUNICACIÓN Y DESARROLLO

Pistas para una página en construcción



Barquisimeto. IV Congreso de la Asociación de Investigadores de la Comunicación (InveCom), realizado en la sede del Centro Gumilla. El eje central del evento fue repensar la relación entre comunicación y desarrollo a la luz de viejos y nuevos planteamientos. Estuvieron presentes como invitados internacionales Jane Aparecida Marques, César Bolaño, Erick Torrico y José Miguel Pereira. Un total de 94 ponencias presentadas por académicos e investigadores venezolanos.

■ **AGRIVALCA R. CANELÓN S.**
■ **CARLOS DELGADO-FLORES**

La ciudad de Barquisimeto, conocida entre propios y extraños como la capital musical de Venezuela, ataviada con su tradicional aire crepuscular que cada tarde surca la imagen solemne del Obelisco, se convirtió en la anfitriona de académicos, estudiantes y profesionales que, venidos desde otras regiones del país lo mismo que del extranjero, confluyeron finalmente para darse cita en el IV Congreso de la Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom), celebrado entre el lunes 29 y el martes 30 de abril de 2013, en la sede del Centro Gumilla.

El encuentro, organizado en conjunto con el II Seminario de la Cuenca Amazónica de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), articuló su agenda central de discusión en torno al tema *La comunicación y el desarrollo*, en un intento por repensar la vinculación entre ambos conceptos a partir de los presupuestos teóricos cimentados en el trajinar de las décadas precedentes, sin lugar a dudas reivindicados a la vuelta

de hoja del siglo XXI, pero también reinterpretados bajo su influjo a tenor de los desafíos permanentes que implican construir modelos inspirados en las realidades de América Latina, e impulsar proyectos macro o microsociales que aporten a la siempre inacabada consecución del cambio en la sociedad, las instituciones y los individuos.

Así las cosas, asumiendo la diversidad de aristas presentes en el campo de la reflexión académica tratándose del abordaje del eje temático de la comunicación y el desarrollo, fueron invitados al evento, en calidad de conferencistas internacionales, los profesores Jane Aparecida Marques y César Bolaño (Brasil), Erick Torrico (Bolivia) y José Miguel Pereira (Colombia), quienes ofrecieron en conjunto el panel inaugural titulado *Los desafíos del desarrollo para la comunicación y la democracia en América Latina*. Al amparo de este escenario, los investigadores compartieron con la audiencia sus consideraciones acerca del diseño y la puesta en valor de nuevas alternativas de desarrollo

para la región apalancadas en la comunicación, encuadrando sus posibilidades de cara a superar las complejas situaciones de desigualdad y conflicto que aquejan a Latinoamérica, aunque sin dejar de lado el contexto histórico que las antecede, sus limitaciones y condicionantes.

Atendiendo a esta tónica, la Profa. Jane Aparecida Marques inició la rueda dibujando un panorama de la investigación de la comunicación en Brasil, poniendo de relieve, en principio, el desbalance existente en la oferta de estudios superiores en el área si se compara, sobre la base de cifras, el número de universidades públicas versus el número de universidades privadas, constatándose en estas últimas la mayor cantidad y variedad de cursos y programas de postgrados. Aparejada a esta situación resaltó, de segundas, un evidente déficit en la plantilla de profesores especializados en el ámbito específico de las ciencias de la comunicación, lo que supone para su país un impacto en la renovación de miras de las corrientes de pensamiento nucleadas alrededor de la comunicación y el desarrollo.

Por su parte, el Prof. César Bolaño la emprendió con la exposición de su punto de vista sobre el desarrollo social (esencialmente *humano* y de *buen vivir* para lograr un mejor entorno), tomando como claves fundamentales las nociones de cultura y comunicación. En este sentido puntualizó sus críticas al sistema global capitalista subrayando una vuelta de tuerca, ateniéndose a la pérdida de terreno que ha venido experimentando la generación de recursos fincada exclusivamente en los productos frente a los procesos creativos sustentados en las bondades de la información y el conocimiento.

Entretanto, el Prof. Erick Torrico, manteniendo la línea de cuestionamiento anterior, exhortó a la edificación de una teoría de desarrollo social alejada de las concepciones hegemónicas, mecánicas y materialistas que le circunscriben al mero crecimiento económico en función de la ligazón con el término *progreso* pregonado por el capitalismo moderno. En su lugar, propone una definición de desarrollo social signado por la paz, que encuentre en la comunicación un fin y un instrumento ideal para su constitución y despliegue entre los diversos sectores de la sociedad latinoamericana.

Finalmente, el Prof. José Miguel Pereira colocó en perspectiva la relación entre la comunicación y la investigación, acotando las limitaciones de alcance de ambos conceptos como garantes de desa-



Participantes del evento



Participantes del evento

rollo inmediato. Antes bien, resalta sus ventajas en tanto herramientas para la configuración de redes encaminadas al logro de la participación y el entendimiento ciudadano, características estas de un verdadero desarrollo enraizado en el capital social.

Las disertaciones magistrales de los internacionales Jane Aparecida Marques, César Bolaño, Erick Torrico y José Miguel Pereira fueron acompañadas por un coro de 94 ponencias presentadas por académicos e investigadores venezolanos, de conformidad con el esquema de grupos de trabajo (GT) implementado en ediciones anteriores del Congreso de InveCom, a la guía de nueve mesas temáticas, a saber:

■ GT-01. Periodismo: prácticas sociales y textuales (coordinadoras: Profesora

Moraima Guanipa y profesora Mariela Torrealba).

- GT-02. Gestión de la comunicación en la organización: identidad e imagen corporativa (coordinadora: profesora Fanny Ramírez).
- GT-03. Comunicación política y pública (coordinador: Prof. Andrés Cañizález).
- GT-04. Comunicación, comunidad y participación (coordinador: Prof. Alfredo Montilla).
- GT-05. Cyberperiodismo y comunicación digital (coordinadora: Profa. Mabel Calderín).

- GT-06. TIC, apropiación social y gobierno electrónico (coordinador: Prof. Ángel Páez).
- GT-07. Estudios culturales y economía de la comunicación (coordinador: Prof. Carlos Guzmán).
- GT-08. Formación y epistemología de la comunicación (coordinador: Prof. Johandry Hernández).
- GT-09. Comunicación pública de la ciencia (coordinadoras: Profa. Argelia Ferrer y Profa. Acianela Montes de Oca).

La Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom) es una organización sin fines de lucro, independiente, nacional, de carácter científico y transdisciplinario, que agrupa a personas dedicadas a la investigación en el área de la comunicación en Venezuela.

Abierta al debate crítico, InveCom organiza su congreso cada dos años desde su fundación en el 2007, siendo la edición 2013 la cuarta entrega del evento llevada a cabo de forma consecutiva. De esta manera, InveCom aspira a continuar dando cumplimiento en el futuro a sus objetivos, a saber:

- Agrupar a la comunidad científica venezolana especializada en investigación de la comunicación.
- Promover su expansión y el mejoramiento de su quehacer investigativo.
- Fortalecer las condiciones necesarias para la práctica de la investigación científica en el país.



La Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom) es una organización sin fines de lucro, independiente, nacional, de carácter científico y transdisciplinario, que agrupa a personas dedicadas a la investigación en el área de la comunicación en Venezuela.

- Representar los intereses de sus miembros y actuar ante las diversas instituciones, entidades y organismos de carácter nacional o internacional.
- Propiciar la vinculación entre sus miembros y entre los centros de investigación que abordan la comunicación.
- Establecer vínculos entre la investigación que desarrollan los miembros, las comunidades y los organismos que toman las decisiones para garantizar impacto social.
- Fomentar la investigación orientada hacia los cambios que el ciudadano demanda en sus procesos de comunicación, con especial énfasis en fundamentos y valores éticos.
- Fomentar las relaciones y la cooperación con organizaciones regionales,

nacionales e internacionales que detentan objetivos similares.

- Promover la creación de grupos de investigación de la comunicación en las regiones.
- Propiciar la capacitación de recursos humanos calificados para la investigación en el ámbito universitario de pregrado, postgrado y de actualización permanente del conocimiento.
- Difundir documentación sobre los saberes de la comunicación, preferentemente aquella que se origina en Latinoamérica y el Caribe.
- Crear escenarios de intercambio de saberes a través de la organización de redes, reuniones y congresos para el mejor logro de los objetivos de la Asociación.
- Estimular la participación de sus asociados en los procesos conducentes a la toma de decisiones regionales, nacionales y mundiales sobre la comunicación.

AGRIVALCA R. CANELÓN S.

Magister en Comunicación Social por la UCAB. Candidata al Doctorado. Coordinadora académica del Programa de Postgrado en Comunicación Social de la UCAB. Miembro del equipo de redacción de la revista Comunicación.

CARLOS DELGADO-FLORES

Magister en Comunicación Social por la UCAB. Coordinador académico del Programa de Postgrado en Comunicación Social de la UCAB. Miembro del equipo de redacción de la revista Comunicación.

comunicación en línea



<http://es.scribd.com/comunicaciongumilla>

También estamos
en Facebook

Este es el código QR
para acceder



El noveno festival del cine venezolano Una nueva generación

La novena edición del Festival del Cine Venezolano se llevó a cabo del 16 al 20 de junio en la ciudad de Mérida, donde 16 películas nacionales compitieron en este evento organizado por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC), la Fundación para el Desarrollo de las Artes y la Cultura (Fundearc) y la Universidad de Los Andes. Su programación incluyó preestrenos nacionales, además de las películas más taquilleras del 2012, e interesantes filmes que han generado debate en la opinión pública.

■ ALFONSO MOLINA

El veredicto del jurado del 9° Festival del Cine Venezolano puso de relieve la aparición de una nueva generación de realizadores, tendencia que ha venido creciendo en las últimas ediciones del encuentro merideño. Al otorgarle este año el Premio a la Mejor Película a *Piedra, papel o tijera*, segundo largo de Hernán Jabes, y el Premio Especial del Jurado a *Azul y no tan rosa*, ópera prima de Miguel Ferrari, destacó el trabajo de dos cineastas en el marco de la producción venezolana actual. Además Jabes fue reconocido como mejor director y Ferrari como mejor guionista. Se impusieron sobre trabajos de directores veteranos y reconocidos como *Azú*, de Luis Alberto Lamata; *Corpus Christi*, de César Bolívar; y *La ley*, de

Pablo de la Barra. Por su parte, *Azul y no tan rosa* fue elegida como Mejor Ópera Prima junto a *Diario de Bucaramanga* de Carlos Fung. Un poco más allá, *La casa del fin de los tiempos*, debut de Alejandro Hidalgo, se llevó el Premio del Público y los galardones correspondientes a Fotografía (Cezary Jaworski), y Sonido (Josué Saavedra y Jacinto González), y la controvertida *Pipí mil pupú 2 lucas*, de los hermanos Enrique y Fernando Bencomo, no ganó ningún premio pero sí impactó al público por su estilo narrativo. De los dieciséis filmes en competencia, ocho fueron obras primerizas. Es un proceso natural de renovación.

Pero al lado de esta tendencia muy positiva, también se evidenció una vertiente

Este año se le rindió homenaje a cuatro personalidades que han contribuido de manera decidida al desarrollo de la cultura nacional, entre ellos dos reconocimientos póstumos, uno a María Teresa Castillo y el otro a Simón Alberto Consalvi. Los otros fueron Tarik Souki Farías, fundador del Departamento de Cine de la ULA; y Armando Gota, actor de teatro y cine. De igual forma se homenajeó al Festival de Cortometrajes Manuel Trujillo Durán, por su constancia en el apoyo y difusión a películas de corta duración.

Hubo toda una serie de talleres técnicos que abordaron distintas áreas de la concepción, creación, producción y comercialización de películas de largometrajes: Dirección de Actores; La Experiencia del Montaje en el Cine Venezolano; La Fábrica del Guión; Modelos de Producción; Expandiendo Horizontes con Chroma en Post; El Maquillaje en el Audiovisual; El Cine Venezolano en la Era Digital; Conferencia Magistral de Actuación de Armando Gota Brao; Cinestesia; Universidad de las Artes Digitales (Guadalajara); Cine Guerrilla; Centro de Acción Social para el Buen Cine; Festivales Internacionales y Distribución y Exhibición.

Y dentro de lo que se llamó "Cine estudiantil y Cine de luna y estrellas" los estudiantes de cine y audiovisual de diferentes universidades presentaron sus trabajos. Allí estuvieron alumnos de la Escuela de Cine y Televisión de Caracas, la Universidad Rafael Bellosó Chacín (URBE) de Maracaibo, la Escuela de Medios Audiovisuales de Mérida, la Universidad de Artes Digitales de México y Cinestesia, también de Maracaibo. Paralelamente, en las noches del lunes 17 al miércoles 19, el Circuito Gran Cine proyectó varias películas en los espacios abiertos de la Plaza Milla y en la Cancha Techada de la FCU de la Facultad de Medicina de la ULA.

que impulsa una producción que yo llamaría descontextualizada, es decir, sin vínculos expresivos con la realidad venezolana, sobre todo en el campo de la comedia y de la acción, lo cual significa un camino inverso al cine venezolano de los últimos treinta años. Películas con vocación comercial que evaden cualquier compromiso con lo que se vive en el país donde trabajan. Cine de evasión, desde luego, pero también cine de *prudencia*, que yo interpreto como auto-censura. Percibo que esa tendencia abandona el carácter social que ha dominado nuestro cine para elaborar una propuesta taquillera, aunque con calidad irregular.

El jurado estuvo integrado por el aclamado actor mexicano Damián Alcázar, en su primera visita al país, la actriz venezolana Greisy Mena, quien acaba de recibir un premio Ariel en México, los directores Alberto Arvelo, Belén Orsini y Carlos Oteyza, el artista experimental Carlos Castillo y el promotor cinematográfico Bernardo Rotundo. Este último, sin referirse a ningún film en particular, señaló que el cine nacional ha logrado cambiar la opinión sobre un cine que solo abordaba la realidad social “con los típicos temas de prostitución, delincuencia y guerrilleros, por ejemplo”, subrayando así que “ahora hay más y mejor cine venezolano, con un promedio de quince largometrajes por año”. Sobre lo que ha podido evaluar en las películas en competencia, hizo hincapié en las fallas en guiones e invitó a los cineastas a trabajar más en ello. Oteyza destacó el aislamiento que han tenido los realizadores hacia la política. “Hemos vivido los últimos años tan llenos de política que los directores han decidido aislarse de ella y presentar otras realidades distintas. No hay películas que reflejen la opción de un lado ni del otro”. Orsini celebró el crecimiento que ha tenido el cine criollo en los últimos años en cantidad y calidad de las películas. “Hay mayor calidad técnica, es evidente el estudio en propuestas estéticas”, dijo al tiempo que aseguró que en el país se está trabajando en la elaboración de guiones.

Como analista, yo añadiría que esa tendencia descontextualizada manifiesta más apego a las formas cinematográficas que a los contenidos, como si cada *film* fuese un mero ejercicio narrativo. Con todo, las pe-



La novena edición del Festival del Cine Venezolano fue organizada por el Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC), la Fundación para el Desarrollo de las Artes y la Cultura (Fundearc), la Universidad de Los Andes y al apoyo de Telefónica | Movistar. Contó con el patrocinio y la cooperación de la Escuela de Medios Audiovisuales de la ULA, Bolívar Films, David & Joseph, Repsol, Queiroz Publicidad, Gran Cine, Venetur, la Escuela Nacional de Cine, Produrama Vide-Cine C.A., Cinequijos, Corporación Video, Cinex, Unión Radio, Factor RH, Organización Nacional del Transplante, Cinestesia Media, Cines Unidos, MoviBeta, Imperatorini Producciones.

lículas vinculadas con nuestra realidad como país en conflicto constituyen las expresiones de mayor vuelo creativo. Allí están las reflexiones sobre la violencia y la corrupción que encontramos en *Piedra, papel o tijera*, o el estudio minucioso de las actitudes discriminatorias o de intolerancia que se hallan en *Azul y no tan rosa*. Sus realizadores no ceden a la tentación del facilismo y seguirán abriendo caminos con un cine incisivo y honesto.

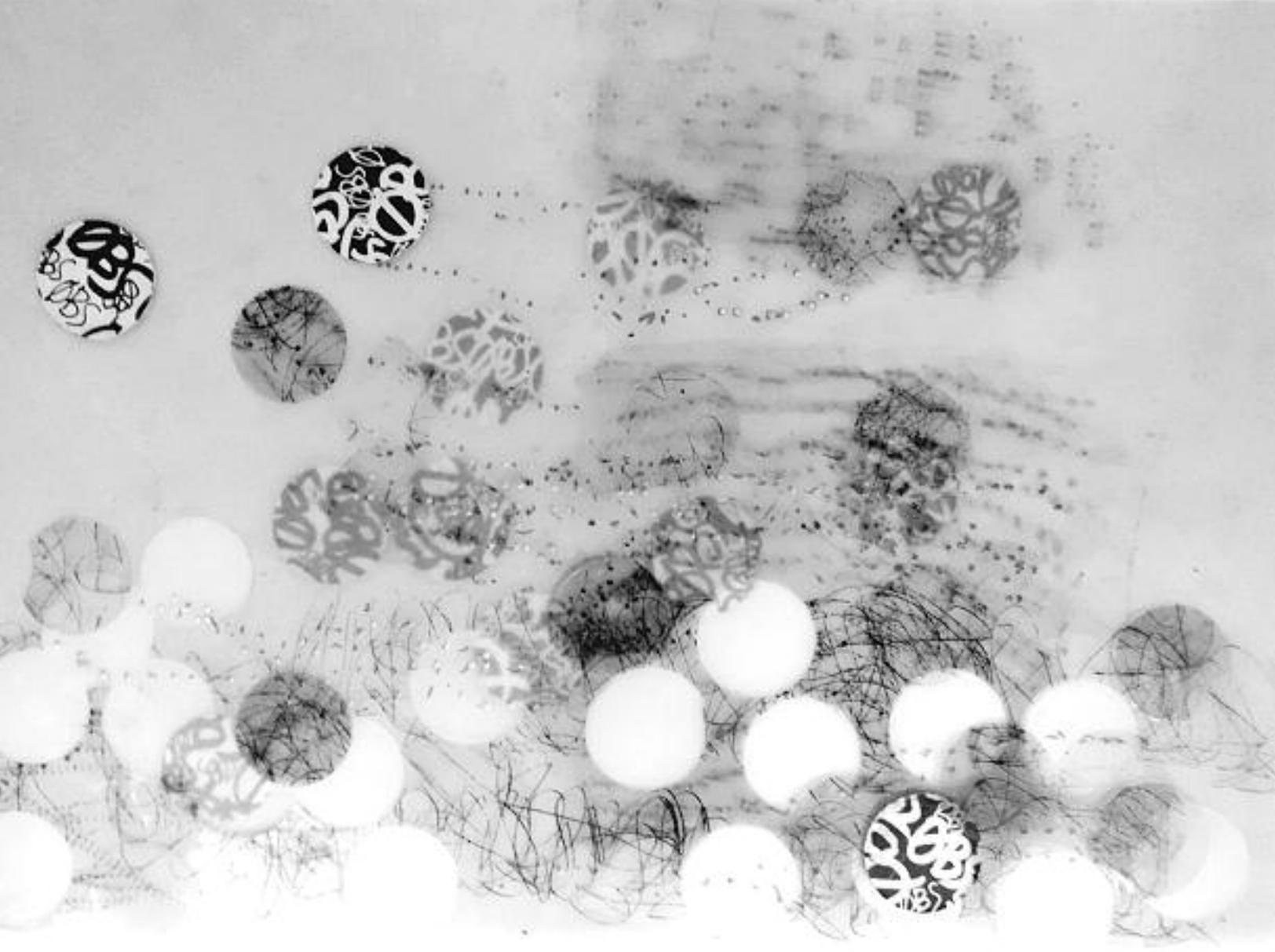
ALFONSO MOLINA

Periodista, publicista y crítico de cine, escribió durante más de dos décadas las columnas diarias de análisis cinematográfico “*Cámara lenta*” y “*La Gran Ilusión*”, publicadas ambas en El Nacional. *Blog de Alfonso Molina*.

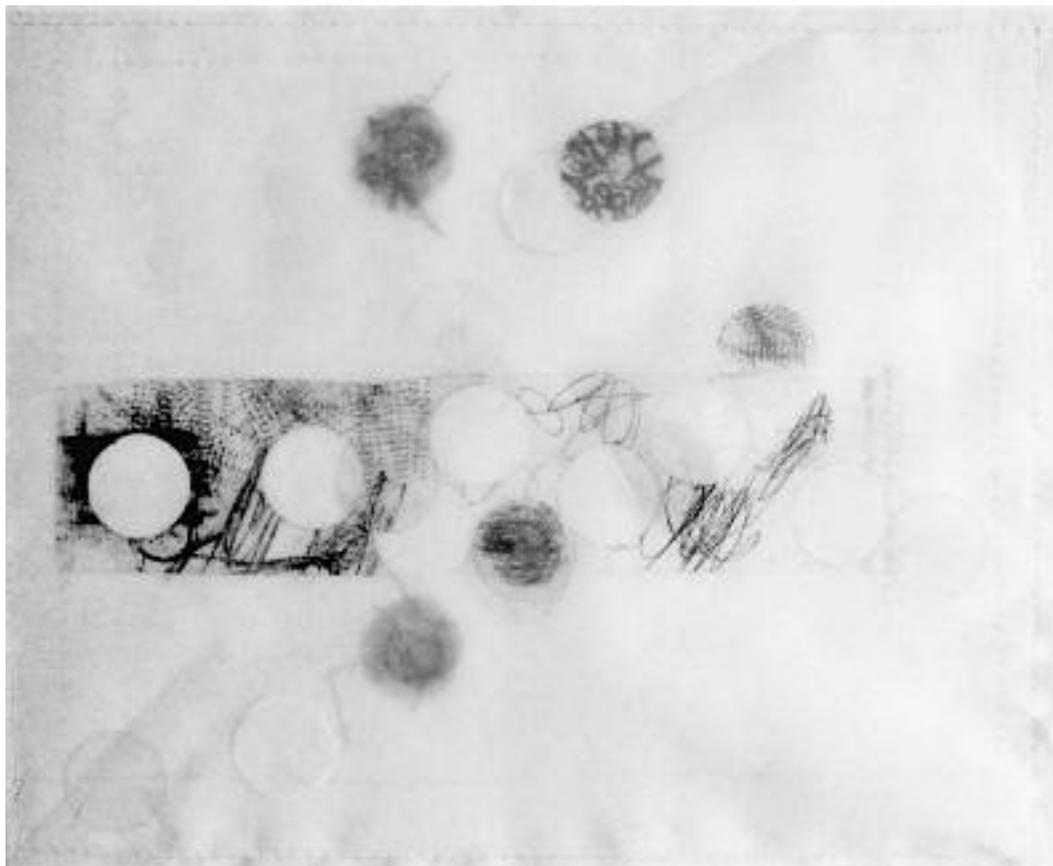
El veredicto del jurado

- MEJOR PELÍCULA: *Piedra, papel o tijera* de Hernán Jabes.
- MEJOR ÓPERA PRIMA: *Azul y no tan rosa* de Miguel Ferrari y *Diario de Bucaramanga* de Carlos Fung.
- MEJOR DIRECCIÓN: *Hernán Jabes* por *Piedra, papel o tijera*.
- MEJOR GUIÓN: Miguel Ferrari por *Azul y no tan rosa*.
- MEJOR ACTOR: Guillermo García de *Azul y no tan rosa* y Leonidas Urbina de *Piedra, papel o tijera*.
- MEJOR ATRIZ: Flora Sylvestre Josep por *Azú* de Luis Alberto Lamata.
- MEJOR ATRIZ DE REPARTO: *Scarlett Jaimes* de *Piedra, papel o tijera*.
- MEJOR ACTOR DE REPARTO: Pedro Durán por *Azú* de Luis Alberto Lamata y Leandro Arvelo de *Piedra, papel o tijera*.
- MEJOR DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA: Cezary Jaworski por *La casa del fin de los tiempos* de Alejandro Hidalgo.
- MEJOR DIRECCIÓN DE ARTE: Gaby Vilchez por *Diario de Bucaramanga* de Carlos Fung.
- MEJOR MONTAJE: Jonathan Pelli-cer por *Azú* de Luis Alberto Lamata.
- MEJOR SONIDO: *Josué Saavedra* y *Jacinto González* por *La casa del fin de los tiempos* de Alejandro Hidalgo.
- MEJOR MÚSICA: Alain Gómez y Daniel González por *Nena, saludame al Diego* de Andrea Herrera Catalá.
- MEJOR CÁMARA: Luis Martínez por *Azú* de Luis Alberto Lamata.
- MEJOR CASTING: Premio otorgado por la Fundación VISOR: *La ley* de Pablo de la Barra.
- PREMIO ESPECIAL DEL JURADO: *Azul y no tan rosa* de Miguel Ferrari.
- MENCIÓN ESPECIAL DEL JURADO a la película *El país de abril* de Rober Calzadilla; a Armando Gota por su interpretación en la película *La Ley* de Pablo de la Barra; a César Bolívar por su dirección en *Corpus Christi*; a los niños que actuaron en *La casa del fin de los tiempos* y *Piedra, papel o tijera*.
- PREMIO DEL PÚBLICO: *La casa del fin de los tiempos* de Alejandro Hidalgo.

GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).



● pre-textos



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

Cambios en las prácticas comunicacionales de la Iglesia católica venezolana a los cincuenta años del Concilio Vaticano II

María Eugenia Naranjo

● 16

Big data: dos lecturas para un fenómeno múltiple

Nelesi Rodríguez • María Ignacia Alcalá

● 20

Recuerdos del futuro (III)

La ciencia ficción en la pantalla chica

Rowan Lozada-Aguilera • Francisco A. Pellegrino

● 24

Rafael Correa, paladín de la libertad

Moisés Naím

● 32

Comunicación internacional como estrategia de política exterior –un acercamiento a partir del concepto de *soft power*–

Johanna Pérez Daza

● 34

Cambios en las prácticas comunicacionales de la Iglesia católica venezolana a los cincuenta años del Concilio Vaticano II

Resulta interesante ver, en un mundo dirigido por las nuevas tecnologías de información y comunicación, cómo instituciones históricas como la Iglesia católica adaptan sus formas de comunicación tradicionales para transmitir un mensaje más eficiente.

■ MARÍA EUGENIA NARANJO

El Concilio Vaticano II ya se pronuncia al respecto y emite una serie de recomendaciones para las prácticas en los medios de comunicación social que, de manera muy general, intentan encaminar esta acción según las normas morales de la Iglesia católica universal. Se entiende entonces que, cumplidos cincuenta años del Concilio Vaticano II, se hace necesario evaluar los avances en las prácticas comunicacionales desarrolladas por la Iglesia católica venezolana a partir de los lineamientos establecidos en este documento y en otros también importantes como el Concilio Plenario de Venezuela.

Ya en 1987, Jesús María Aguirre, s.j. realiza un trabajo de investigación en esta área, cumplidos los veinticinco años del Concilio Vaticano II; este segundo trabajo abarca el período 1987-2012, cumplidos cincuenta años del concilio ecuménico. Entre los medios estudiados está la documentación oficial de la Iglesia católica en Venezuela, cartas, exhortaciones y planes pastorales; medios de comunicación masivos, televisión, cine, radio y prensa; páginas *web* y *blogs*; nuevos medios sociales de comunicación, Facebook y Twitter y, finalmente, publicaciones que se constituyen en una reflexión o evaluación de estos avances.

Se tomó como muestra los documentos emitidos por la instancia oficial de la Iglesia católica en Venezuela, la Conferencia Episcopal Venezolana (CEV), especializados en materia comunicacional y los medios de comunicación de carácter oficial (de vicariatos apostólicos, diócesis o arquidiócesis) o aquéllos utilizados por la instancia oficial.

En cuanto a la producción de documentos oficiales debe decirse que esta se reduce a un número bastante limitado que no alcanza a anticipar los vericuetos de la incursión en la nueva sociedad de la información.

En el período 1987-2012, solo una exhortación pastoral referida directamente a lo comunicacional se ha publicado. Titleda *Comunicación como servicio: mensaje de los obispos de Venezuela*, el documento no ahonda en la evaluación de los medios de comunicación propios de la institución ni en sus prácticas, más allá de algunas recomendaciones impregnadas de cierto sentido conciliar, se limita a hacer una crítica excesiva a los medios de comunicación independientes, acusándolos de excitar “a las personas y a los grupos en líneas negativas, lo cual se hace con las más diferentes excusas, entre otras el argumento de atender y complacer un supuesto ‘gusto popular’” ([CEV], 1987, p. 2).

De la misma manera se hace en las cartas pastorales, poco se dice sobre la acción propia de la Iglesia católica en los medios de la institución y mucho sobre el rol de los medios de comunicación privados que ejercen una influencia negativa sobre la sociedad exacerbando los más altos antivalores como la “violencia, erotismo, materialismo consumista, irrespeto a la mujer al convertirla en simple carnada publicitaria, abuso comercial de los niños, introducción de la perversidad y el satanismo bajo diversas formas” ([CEV], 1989, p.1).

Estas cartas son cinco y, aunque se presentan en un número mayor que las ex-



(...) en la actualidad los medios han contribuido en la acentuación de las desigualdades e injusticias en la sociedad, en lugar de ser instrumentos de conciliación y solidaridad y que la Iglesia se compromete a hacer un mayor y más adecuado uso de ellos



hortaciones, no se constituyen en una producción integral sobre todos los temas comunicacionales de importancia a ser tratados en la actualidad. Solo uno de los documentos, titulado *Propuestas del Episcopado de Venezuela a los directivos de las televisoras del país con relación a los aspectos éticos y morales de la programación televisiva*, emitido el 3 de agosto de 1990 por la Conferencia Episcopal Venezolana, se constituye en un intento por cumplir lo ya establecido en el Concilio Vaticano II; que no es solo la articulación de los medios propios de la Iglesia católica, sino también la articulación con medios y comunicadores católicos que no son de la institución.

En tercer lugar, para cerrar con el bloque de los documentos oficiales, se tienen los planes pastorales emitidos por la Conferencia Episcopal Venezolana. En este sentido, solo tres planes pastorales enfocados en lo comunicacional propuso la Iglesia católica venezolana en el período de 1987-2012, una producción bastante limitada en comparación con todo el avance tecnológico en el mundo de la información y comunicación.

El primero, asegura que en la actualidad los medios han contribuido en la acentuación de las desigualdades e injusticias en la sociedad, en lugar de ser instrumentos de conciliación y solidaridad y que la Iglesia se compromete a hacer un mayor y más adecuado uso de ellos para evitar la profundización de la crisis. El segundo, asume el reto de realizar con los comunicadores sociales una intensa acción pastoral en el campo de la comunicación social para integrarla al servicio de la evangelización de la cultura y de la promoción humana.

No será sino hasta el año 2012 cuando se hace un intento significativo para entender el proceso de los medios de comunicación más en un sentido integral del mismo, que meramente instrumental. Bajo el título *Plan trienal: vivir y comunicar la vida en Cristo a Venezuela* (2012-2015), el objetivo general del plan es desarrollar procesos de evangelización que ayuden a las iglesias particulares de Ve-

nezuela y a todas las instancias eclesiales a vivir y comunicar la vida en Cristo, para que sus miembros puedan crecer en Él, mantener la unidad en la fe, y contribuyan a la construcción de una sociedad donde reine la vida, la solidaridad y la paz.

Se integra por primera vez en este plan, aunque muy superficialmente, el uso de los nuevos medios sociales de comunicación dentro de las prácticas comunicacionales. Será este un adelanto en la formulación de acciones concretas en el campo de lo comunicacional.

Con respecto a las prácticas comunicacionales, es de especial relevancia el tratamiento de este tópico porque ya el Concilio Vaticano II y posteriormente el Concilio Plenario de Venezuela hacen hincapié en el hecho de que la Iglesia católica debe contar con medios de comunicación propios.

La incursión en televisión para el segundo período tratado, no refleja ningún avance significativo. Para finales de 1987, tres canales de televisión operaban en el país, para finales de 2012, seis lo hacen.

Sin embargo, poco representan estos canales los valores y la ley moral de la Iglesia católica en Venezuela. En su mayoría se trata de programaciones desvinculadas de la esencia evangelizadora de Cristo y con una producción poco atractiva y desactualizada.

El hecho de que la totalidad de los canales incluya en su programación noticieros informativos pero que tan solo tres hagan lo propio con programas sobre la Iglesia y su misión, hace visible la necesidad de un plan de acción comunicacional que no solo apoye las iniciativas pro-

pias de la institución sino que, en la articulación de estos canales, se ocupe de que la programación refleje el sentir cristiano.

La producción cinematográfica, sin embargo, es el espacio con menos incursión por parte de la institución. Tal como lo dijo Aguirre, s.j. en 1987 “ha sido el más impenetrable” (p. 11), lo que se mantiene vigente hasta la fecha. Con cinco producciones entre 1987 y 2012, la Iglesia no tiene mayor presencia en las pantallas de cine. La estructura de las prácticas comunicacionales en la pantalla grande no cuenta con un secretariado de apoyo y asesoramiento, no cuenta con un capital financiero, ni con el recurso humano suficiente para emprender una iniciativa de nivel profesional. Por eso los resultados se limitan a unos cuantos documentales de humilde presupuesto y de alto contenido social.

La tendencia cambia su curso cuando se habla de la incursión en las emisoras de radio. Debe mencionarse que, en cuanto a la articulación de los medios, la iniciativa más significativa tiene lugar en la radio católica con la creación de la Red Nacional de Radio Fe y Alegría. De las 55 emisoras católicas a nivel nacional, 22 pertenecen a este circuito, haciendo tangible el objetivo de la articulación, tan demandado y tan poco atendido por la Iglesia nacional.

El segundo logro de las emisiones en radio es la inclusión de programas de contenido evangelizador en las transmisiones. En comparación con la televisión, la transmisión de programas católicos asciende a 76% sobre 50% del medio audiovisual para 2012. Esto, en conjunto con la naturaleza educadora del medio, ha hecho

que la radio sea el medio mejor aprovechado por la Iglesia católica en Venezuela.

En cuanto a los impresos, en Venezuela se cuentan unas veintidós publicaciones impresas de la Iglesia católica para finales de 2012, distribuidas entre boletines informativos, periódicos, revistas y semanarios. El número no varía significativamente con respecto al primer período.

Aguirre destaca en su trabajo de investigación el ejemplo del diario católico *La Religión*, periódico de alcance nacional ya desaparecido. Luego de este, no existirá en ese primer período, ni en el segundo, periódico de tal relevancia. Se cuentan tan solo algunos semanarios de alcance regional orientados hacia lo social y comunitario.

Ahora bien, cuando llega la hora de tratar el tema de los nuevos medios sociales de comunicación, se llega a un terreno poco explorado por los investigadores. En los documentos conciliares casi nada se habla sobre esto, es en el Concilio Plenario de Venezuela cuando muy superficialmente se menciona el uso de Internet.

La Iglesia católica en Venezuela emprende ahora el camino para adentrarse en el mundo de Internet. De las 42 instancias oficiales tomadas para el estudio, 24 cuentan con una página *web* o *blog*. Sin embargo, la presencia en este medio no garantiza la buena práctica.

La páginas *web* o *blogs* existentes en la plataforma poco aportan como medios evangelizadores de la Palabra: los contenidos son estáticos, lo poco que existe no se comparte en otras redes, no se califica el contenido, en su mayoría no se emiten comentarios de los usuarios en las noticias o secciones y como estas, muchas son las faltas que al menos la mitad de los sitios cometen. Sin embargo, existe un esfuerzo por incursionar en el medio y se hace necesaria una política comunicacional que repare en estos asuntos.

En segundo lugar, las redes sociales y las páginas de *microblogging* son estudiadas también en este trabajo. En el primer caso, se analizó la penetración de la Iglesia católica venezolana en la red social Facebook y se obtuvo que, de las 42 instancias oficiales, 28 poseen una cuenta en Facebook, un número importante por demás



La Iglesia católica en Venezuela emprende ahora el camino para adentrarse en el mundo de Internet. De las 42 instancias oficiales tomadas para el estudio, 24 cuentan con una página web o blog. Sin embargo, la presencia en este medio no garantiza la buena práctica.



si se reconoce que en Venezuela la práctica adquirió mayor fuerza en el año 2008.

La interactividad con los usuarios aumenta también significativamente en Facebook en comparación con las prácticas en páginas *web* o *blogs*. La mayoría de las cuentas reciben comentarios y recomendaciones de sus seguidores en el contenido publicado, además, estos mismos contenidos se comparten en otras redes y se califican constantemente. Se entiende así que esta plataforma ofrece una comunicación más directa y efectiva con la instancia que la administra, y se puede obtener de ella mayor provecho. Sin embargo, se hace la observación sobre la importancia de que la institución también responda a los planteamientos hechos por los usuarios y de que exista una persona capacitada para esta labor.

Twitter, por su parte, se presenta como un campo inexplorado. De las 42 instancias, solo quince poseen una cuenta y, de estas, menos de la mitad actualizan frecuentemente su contenido. En segundo lugar, es poco el seguimiento que a la cuenta —ya sea de una instancia oficial o de una diócesis— hacen otros usuarios, con algunas excepciones visibles como la cuenta oficial de la CEV; y poco es, a su vez, el seguimiento que hace la instancia oficial a los demás usuarios de Twitter.

Evidentemente, los avances en las prácticas comunicacionales de la Iglesia católica no pueden medirse únicamente en cuestión de números; la relación entre ellos, la profesionalización de quienes los emplean y el contenido de las comunicaciones es aquello que puede establecer una referencia para determinar el éxito de las mismas.

El problema no es tanto la cantidad de medios existentes como las prácticas en los mismos. El recurso financiero y humano ha imposibilitado la coordinación y la organización de las comunicaciones a nivel nacional, la profesionalización de comunicadores católicos, las investigaciones en esta área y la difusión de la importancia de esta práctica al pueblo católico. Como resultado se tiene un gran número de medios independientes —aunque católicos— de distinta naturaleza, sin ninguna relación

entre sí y que trabajan sin ningún objetivo en común.

No obstante, y a pesar de que algunas prácticas tradicionales deben ser replanteadas, debe reconocerse la incursión de la Iglesia en los llamados nuevos medios sociales. Recae en el Departamento de Medios de Comunicación Social de la CEV la responsabilidad de encaminar todas estas iniciativas hacia un fin común, cosa que podría significar una nueva etapa de las comunicaciones de la Iglesia católica en Venezuela.

MARÍA EUGENIA NARANJO
Licenciada en Comunicación.
El artículo resume el contenido de su Trabajo de Grado.

Los 140 caracteres de Dios

Latinoamericano, jesuita, elegido por renuncia de su antecesor: todo fue inesperado en la elección de Francisco como nuevo Papa el 13 de marzo. Pero la novedad que tal vez nadie esperaba es que el argentino en la cima del Vaticano también fuera una celebridad *online*. Y eso también lo está logrando.

A menos de dos meses de la asunción, las nueve cuentas del papa en Twitter tienen más de 6 millones de seguidores (como @tomhanks o @lindsaylohan), y ya casi duplicaron a los 3 millones 300 mil seguidores que había dejado Benedicto XVI en febrero. Cada día, tras su primer *tuit* el 17 de marzo, las cuentas de @Pontifex reciben unas 3 mil 500 menciones, preguntas, saludos, *retuits* y mensajes. ¿Quién junta más fe? Su nueva aplicación para iPad, iPhone y dispositivos con Android, “The Pope App”, ya fue bajada por más de 350 mil personas. Y en Facebook, las páginas de News.va, el canal oficial de comunicación de la Santa Sede, suman 58 mil *Me Gusta*, sin contar los millones de otras páginas dedicadas al Papa. Pero tal vez el dato más importante para su condición de estrella *online* es que el noventa por ciento de los mensajes que recibe Francisco son positivos, un récord de aceptación frente a Benedicto, que lidiaba con un cincuenta por ciento de mensajes buenos y con otra igual parte de quejas, insultos o preguntas incómodas.

“Se nota que su imagen ha sido muy bien recibida y que es querido. Los primeros gestos de Bergoglio en el balcón ya le ganaron el afecto de millones de personas”, dice Gustavo Entrala, CEO de 101, una agencia de *marketing online* de España que en 2009 se atrevió a mandar una carta al Vaticano ofreciendo sus servicios y desde 2012 colabora en la comunicación *online* del Vaticano. “Benedicto fue el ‘papa de Twitter’ por su capacidad de comunicar sintética pero a la vez profunda, pero Francisco va a reforzar la ‘marca Iglesia’ con su forma de ser”, escribió Entrala, que le enseñó personalmente al anterior Papa a usar las redes.

El Vaticano estaba en crisis: los escándalos por pedofilia y el desenfreno financiero los llevaban a la tapa de los diarios todos los días. Entrala les hizo entender que estaban llegando tarde a lo

El papa Francisco duplicó los seguidores que Benedicto tenía en Twitter y es la esperanza católica para desplegar la “nueva evangelización” a través de la Web.

NATALIA ZUAZO

que se decía en la calle o en los medios y ahí logró una reunión con la cúpula del papado. “Cuatro meses después de mi carta, me llamaron para darles un curso. Me pidieron estudiar el caso de Toyota, que en ese momento atravesaba una crisis de comunicación, y que les diéramos argumentos para sumarse al mundo de las redes sociales”. En el curso, el experto les habló de cómo los políticos y las marcas estaban comunicándose a través de Internet, sobre cómo gestionar una crisis y les sugirió qué cosas era importante que comunicaran como Iglesia. El resultado: en 2011 Benedicto presentó News.va con un iPad y en diciembre de 2012, en la sala de prensa del Vaticano, pisos de mármol y mesa con paño rojo, el Papa alemán acercó su mano de anillos dorados a la pantalla de la tableta de Apple y envió su primer *tuit*.

Y Dios creó el iPad...

Por mail, desde su oficina en el Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales, Thaddeus Jones le cuenta a Ñ cómo se publican hoy los *tuits* del papa Francisco. “Lo manejamos con el Secretariado de Estado, la oficina más cercana al Papa. Ellos preparan, aprueban y envían los textos, que pueden estar basados en mensajes ya dados o creados en el momento, por ejemplo para solidarizarnos ante una tragedia”. La pregunta que todos nos hacemos: ¿Francisco está involucrado? “Sí, él lee todo. No los manda, pero aprueba cada cosa que se dice”.

En la Curia Romana ya venían pensando en cómo sumarse a la comunicación *online* para no quedar afuera del mundo, o —aún mejor— para recuperar fieles perdidos. En 2009, el papa Benedicto había hablado por primera vez de Internet, y al inaugurar su cuenta de Twitter había dicho: “En el medio de la complejidad del mundo de las comunicaciones, la gente se sigue haciendo las mismas preguntas de siempre: ¿Quién soy? ¿Qué puedo saber? ¿Qué puedo esperar? Hay

que abrir las posibilidades para ese diálogo”. En 2012, durante el Concilio de Obispos del otoño, el arzobispo Claudio María Celli habló sobre esta “nueva evangelización”. “Frente a las nuevas tecnologías, no podemos hacer lo mismo de siempre. Más que nunca, necesitamos ser audaces”, empezó Celli, de 72 años, presidente del Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales, la oficina que se encarga de las relaciones con los medios en el Vaticano. “No podemos pensar que el mundo virtual es algo distinto que el mundo ‘real’. Si la Iglesia no está presente en lo digital, nos perdemos de estar en un lugar donde la gente vive, donde se informa, donde expresa sus opiniones y busca respuestas”, dijo el arzobispo en un discurso que muchos jóvenes expertos digitales (y otros tantos ateos) podrían envidiar. “Tenemos que depender menos de los textos. La Red es conversar, participar. Si seguimos aferrados a los textos, no vamos a convencer a las audiencias más jóvenes. Y tenemos que salir del púlpito, porque Internet es abierta y no reconoce privilegios de autoridades o instituciones”.

Con el Vaticano hablando de una nueva configuración que implica salirse del centro del mundo, del convertir las periferias en centros y hacerlas participar, algunos no encuentran casual la elección de Francisco. Con un Papa que no llega él mismo desde el eje Europeo y expresa la voluntad jesuita de ser el líder de una Iglesia que “salga de sí misma” y vaya a las periferias, “no sólo a las geográficas, sino también a las existenciales: las del misterio del pecado, las del dolor”, la idea de comunicarse con un “rebaño en movimiento” y cambiar el eje vertical de la comunicación hacia uno más horizontal quizás no sea casual. Por ahora, los números y algunos datos confirman que las acciones de Francisco se van reflejando en lo digital.

En los últimos meses, la cuenta de Twitter que más creció en seguidores fue @Pontifex

Big data:

dos lecturas para un fenómeno múltiple

*Hoy, la data nos supera.
En tamaño, en velocidad,
en variedad, en complejidad,
¿en calidad? La big data es un
fenómeno que está haciendo
girar las cabezas de pensadores
en las áreas más diversas.
Para demostrar las amplísimas
posibilidades del tema, se proponen
dos aproximaciones, dos lecturas
sobre la big data. Una, en primera
persona, la otra, en narrador
omnisciente; ambas enfocadas
en cómo la big data propone
una visión distinta del mundo.*

■ **NELESI RODRÍGUEZ**

■ **MARÍA IGNACIA ALCALÁ**

La gran data y el mundo-como-imagen

Nelesi Rodríguez

Parece haber un nuevo enemigo en casa, y se trata, paradójicamente, de la información que nosotros mismos producimos. Conocido como *big data*, este fenómeno se refiere a una cantidad inabarcable de datos —característica de la sociedad actual— cuya búsqueda, captura, curaduría, organización, interpretación y almacenamiento representan retos titánicos para quienes deben lidiar con ella.

Y es que vivimos en un mundo donde todo es información. Cada individuo es un generador constante de datos: dónde está, qué le gusta, qué no, quiénes son sus amigos, qué cosas compra, de qué noticias se entera. Nuestra realidad se mide en bits, y más vale que aprendamos a leerlos.

Uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan quienes tienen acceso a la verdadera *big data* —en términos de volumen— es el hacerla accesible, comprensible y relevante para el individuo de a pie.

En esta tarea, un formato ha resultado la mejor alternativa a tan complicada lectura: la visualización.

David McCandless, director de *Information is beautiful*, una compañía que se dedica exclusivamente a convertir datos en imágenes, sostiene: “Parece que sufrimos una sobrecarga de información, pero puede haber una solución a este problema, y esa solución es usar más nuestros ojos.” (McCandless, 2011. Traducción libre del autor)

Esta propuesta está íntimamente ligada a la idea de cultura visual, definida como “el espacio que se ocupa de los eventos en que la información, significado o placer

son consumidas por un usuario en una interfaz con tecnología visual. Y por tecnología visual me refiero a cualquier aparato diseñado para ser mirado o para mejorar la visión, desde la pintura al óleo, pasando por la TV y el internet.” (Mirzoeff, p. 1, 2. Traducción libre del autor) La cultura visual “...busca maneras de trabajar dentro de esta realidad (virtual) y sobreponerse a los puntos de resistencia en la crisis o sobrecarga de información a la que la sociedad se enfrenta diariamente”. (Ídem p. 8, 2. Traducción libre del autor)

En la sociedad contemporánea no existe una manera más natural de aproximarse a la información que a través de lo visual. Nicholas Mirzoeff argumenta en su libro *The visual culture reader* que la experiencia humana es hoy más visual y visualizada que nunca.

Resulta lógica entonces la iniciativa de convertir la información en imágenes. En un espacio en el que los datos son múltiples, veloces, aparentemente aislados, aparece lo visual como condición postmoderna que proporciona el lente adecuado para la lectura: “La fragmentación y disrupción de eso que llamamos cultura postmoderna es mejor comprendida e imaginada visualmente.” (Mirzoeff, p. 5, 1. Traducción libre del autor)

En ese sentido, el ser contemporáneo ha comenzado a percibir su entorno y a percibir-se de una manera distinta: Mirzoeff afirma que ya no se trata del *mundo-como-texto* lineal, sino del *mundo-como-imagen* en red.

Incluso en el propio terreno de la escritura contemporánea, lo visual ha puesto su sello: pensemos en las nubes de *tags* o etiquetas, y de qué manera elementos como el color y las dimensiones des-



*En la sociedad contemporánea no existe una manera más natural de aproximarse a la información que a través de lo visual. Nicholas Mirzoeff argumenta en su libro *The visual culture reader* que la experiencia humana es hoy más visual y visualizada que nunca.*

Flu Trends (2013)

Luego de determinar que algunos términos de búsqueda son buenos indicadores para rastrear la influenza, Google.org creó esta aplicación para estimar el impacto de la influenza a nivel mundial. Enlace al proyecto: <http://www.google.org/flutrends/>

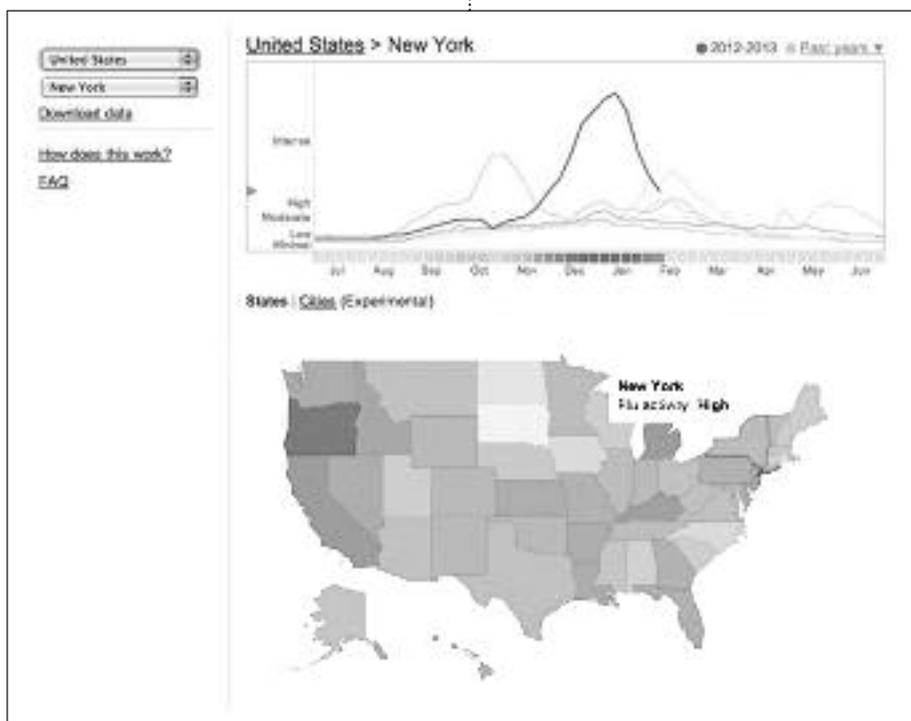
cubren nuevas capas de contenido para aquél que las lee. “Mediante la visualización, comienzas a ver patrones y conexiones que de otra manera se perderían entre tantos caracteres.” (McCandless, 2011. Traducción libre del autor)

La información visualizada tiene la capacidad de hacernos entender el mundo en que vivimos de una manera global. Se trata de un recurso que permite comprimir información, a la vez que propicia la creación de conexiones mentales que llevan a una visión global de un determinado tema.

Pero no siempre una *visión global* es acertada: un primer problema de la gran data es la tendencia a analizar información a partir del promedio. En algunos casos las visualizaciones, al comprimir información, caen en generalizaciones que pueden no ser acordes a la realidad que representan. Por otro lado, si bien esta es una sociedad predominantemente visual, hay quienes necesitan algo de *alfabetización* gráfica; y a veces no se trata exclusivamente del manejo de lo visual, sino de los saberes laterales necesarios para interpretar el amplio rango de temas que las visualizaciones abordan.

Sin embargo, estos son los contras que siempre han existido –incluso antes de la *big data* y su visualización– y continuarán existiendo a la hora de interpretar la información.

La diferencia es que este tratamiento de la *big data* representa un ejercicio de construcción de nuevas narrativas –más acordes a nuestro contexto quizás– desde lo visual. En palabras de David McCandless: “Convertir la información en diseño

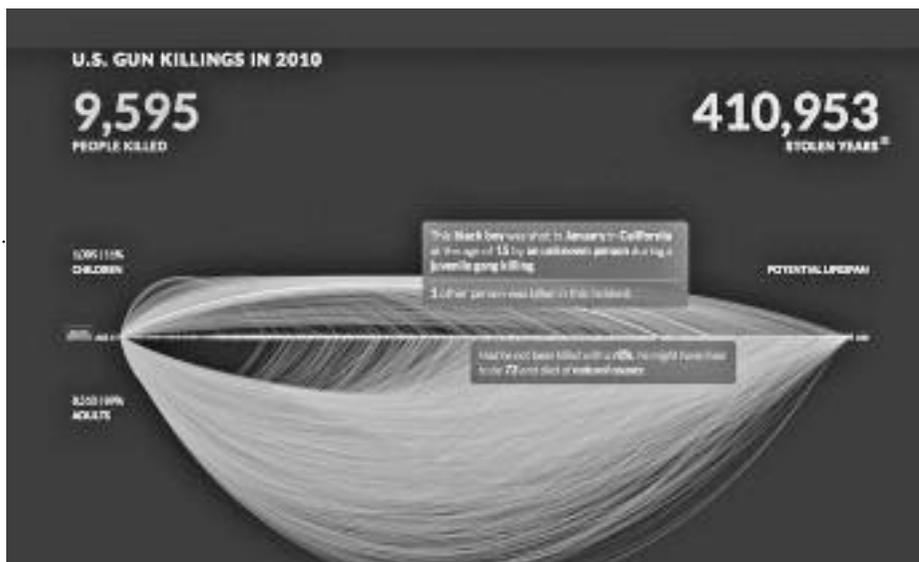


Asesinatos por impacto de bala en EE.UU. (2010)

Este ejercicio de la compañía Periscopic muestra cómo la vida de más de 9 mil personas terminó a causa de armas de fuego. El gráfico está basado en datos de la Unidad de Reportes Criminales del FBI y la OMS.

Conforme se despliega la data, se muestra información adicional de las víctimas. Enlace a la visualización:

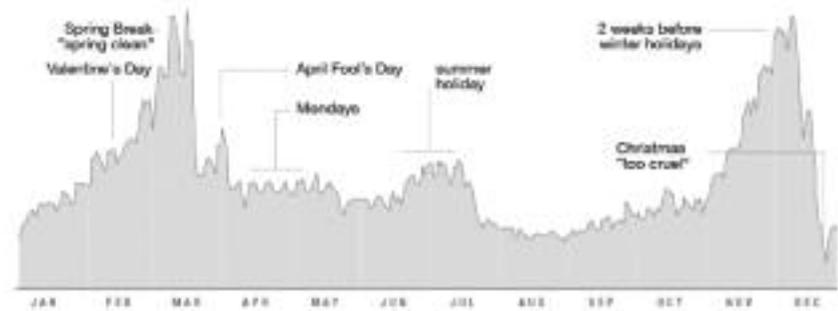
<http://guns.periscopic.com/?year=2013>





La big data está aquí para quedarse. Y su visualización no solo está cambiando la manera en que nos aproximamos a la información, está modificando el modo en que comprendemos la historia, aprendemos en las escuelas, conocemos a otros, nos desplazamos, y existimos.

Peak Break-Up Times According to Facebook status updates



David McCandless & Lee Byron
InformationIsBeautiful.net / LeeByron.com

source: searches for "we broke up because"
taken from the infographic eBook
The Visual Miscellaneum

Los momentos pico de rupturas amorosas en Facebook (2010)

Basado en las actualizaciones de estatus de Facebook, este gráfico muestra los momentos del año en que la gente suele poner fin a sus relaciones amorosas. Enlace a la visualización: <http://www.informationisbeautiful.net/2010/peak-break-up-times-on-facebook/>

hace que esta tenga más sentido, que cuente una historia.” (McCandless, 2011. Traducción libre del autor)

Lo interesante ocurre cuando el individuo deja de mirar la información como tal y comienza a relacionarse con las historias contadas en ella, cuando coloca esos elementos gráficos en un contexto social y comprende que el mundo de hoy es un tejido vivo de información y relaciones.

En este intento por contar la información desde lo visual y demostrar que cada realidad particular es información, uno de los experimentos más interesantes ha sido el *Google Glass*: un esfuerzo por sacar la data del monitor y las pantallas de otros dispositivos portátiles y hacerla interactuar con el espacio no-virtual, superponiendo información de una manera *no invasiva* al campo visual del usuario.

Más allá de las críticas –favorables y desfavorables– que el prototipo haya recibido, y de los miedos sobre los potenciales usos de este dispositivo, literalmente nos encontramos a las puertas de un cambio significativo en nuestra manera de ver el mundo.

La *big data* está aquí para quedarse (y seguir multiplicándose). Y su visualización no solo está cambiando la manera en que nos aproximamos a la información, está modificando el modo en que comprendemos la historia, aprendemos en las escuelas, conocemos a otros, nos desplazamos, y existimos.

La gran data y el mundo como libro binario

María Ignacia Alcalá

La información registrada en el ámbito digital, ubicua, compleja y veloz, se perfila como reveladora y profeta de los fenómenos más variados: desde tráfico automotor hasta enfermedades, desde tendencias de compra hasta fenómenos meteorológicos. Se está hablando, por supuesto, de *big data*.

La gran data se define en su forma más sencilla como un conjunto de datos tan grande y amplio que debe manejarse con herramientas y procedimientos distintos a los utilizados normalmente (oxforddictionaries.com, 2013). Pero la calificación de información como tal va más allá de un mero asunto de volumen. Distintos estudiosos han llegado al acuerdo de calificar a *big data* con base en tres criterios: volumen (cantidad), variedad (diferentes tipos de archivos y datos que deben manejarse) y velocidad (rapidez con que los datos se actualizan y necesitan ser tomados en cuenta en el análisis). (Gentile, 2012)

Para quien logre dar sentido a tanto, las puertas se abren. El manejo de este tipo de información promete convertir al mundo en algo inteligible desde la complejidad; en un libro abierto de páginas siempre cambiantes, quizás como *El libro de arena* de Borges.

Madame big data: las oportunidades

Ante esta posibilidad, nadie quiere dejar de leer, de asomarse. El interés de distintos países en el asunto es palpable. El gobierno de Estados Unidos ha destinado fondos considerables para investigar sobre *big data*, la Unión Europea constituyó un foro para investigar, discutir y decidir puntos clave acerca de la adopción de tecnologías para manejar grandes conjuntos de información (<http://big-project.eu/>) y Singapur ya cuenta con un Centro de Análisis para *big data*. A esto se suman los millones de dólares en inversión privada que, alrededor del mundo, se unen al estudio de la gran data para aplicarlo en los más variados escenarios del quehacer humano. Por ejemplo, el Centro Intel de Tecnología y Ciencia de *big data*, alojado en el Instituto de Tecnología de Massachusetts, indica que centrarán su atención en cuatro problemas: ciencias de la Tierra e imágenes de satélite, medicina y registros médicos, mantenimiento de grandes maquinarias y datos gráficos y visualización de información (Stonebraker, Madden y Dubey, 2012).

Pero esos no son los únicos ámbitos en los que el manejo de *big data* puede ser útil. El escándalo de las confesiones de Snowden acerca de cómo proveedores de Internet proporcionan datos personales a la Agencia Nacional de Seguridad estadounidense (<http://www.guardian.co.uk/>),

los muchos artículos que se han escrito acerca de *big data* y publicidad (el sitio web www.mashable.com contiene varias piezas interesantes sobre el tema) y la aparición de aplicaciones como Beeminder, que ayuda a millones de personas a cumplir sus metas mediante unas especies de apuestas (<https://www.beeminder.com/>), hacen pensar que los usos que pueden darse al manejo de *big data* son cada vez más amplios y disímiles.

En busca de los datos perdidos: los retos

Se calcula que en el año 2012 se produjeron 2.8 zettabytes de datos y esa cantidad exorbitante, que ya escapa a la comprensión fácil, se duplicará en el 2015 (Tucker, 2013). La proliferación de información da pie a varios retos.

El primero y más obvio se refiere al manejo en términos de *hardware* y *software*. ¿Qué bases de datos utilizar? ¿Cómo configurar las computadoras y súper computadoras del futuro? ¿Cómo unificar protocolos de distintos proveedores de herramientas para analizar *big data*?

En segundo lugar, se plantean interrogantes acerca de formas de enlazar información. ¿Qué conexiones pueden utilizarse para conectar datos y encontrar relaciones útiles y pertinentes?

Finalmente, están las preguntas acerca de cómo analizar y cómo presentar la información. ¿Qué algoritmos pueden desarrollarse para identificar relaciones y patrones que hagan predicciones y proporcionen conocimientos relevantes? ¿Cuál es el papel del diseño de información? ¿Cómo se acomodan las interfaces para adaptarse a las capacidades de un dispositivo móvil o una computadora personal? (Stonebraker, Madden y Dubey, 2012)

El retrato de big data: el libro binario del mundo

En su libro *Las Palabras y las cosas*, Michel Foucault hablaba de cómo en el siglo XVI la realidad se aparecía como un juego de desciframiento, en el que las *signaturas* guardaban dentro de sí las claves del conocimiento. Afirma Foucault que:

Por esto, el rostro del mundo está cubierto de blasones, de caracteres, de cifras, de palabras oscuras de 'jeroglíficos', según decía Turner. Y el espacio de las semejanzas inmediatas se convierte en un gran libro abierto; está plagado de



En la big data pareciera reencarnar esta esperanza de hace más de quinientos años de encontrar huellas, rastros que permitirán leer y entender. Pero nada vuelve sobre sus pasos y el tiempo no anda en vano.

grafismos; todo a lo largo de la página se ven figuras extrañas que se entrecruzan y, a veces, se repiten. (1966, p. 35)

En la *big data* pareciera reencarnar esta esperanza de hace más de quinientos años de encontrar huellas, rastros que permitirán leer y entender. Pero nada vuelve sobre sus pasos y el tiempo no anda en vano. Las lecturas que se buscan hoy son menos ingenuas, confían menos en su infalibilidad y están conscientes de sus límites (es importante revisar críticas a la promesa de la *big data*. Piezas como *Big data and the end of theory?* de Mark Graham, y *Good data won't guarantee good decisions*, publicada en la revista de negocios de Harvard pueden constituir una buena introducción a posiciones suspicaces ante el fenómeno). Se lee el libro, pero se sabe que pronto sus páginas desaparecerán o se convertirán en arenas movedizas.

NELESI RODRÍGUEZ

Licenciada en Comunicación Social, Mención Audiovisual por la UCAB. Profesora de Semiótica y Creatividad. Coordinadora de Latin American TV Channel.

MARÍA IGNACIA ALCALÁ

Licenciada en Comunicación Social, Mención Audiovisual por la UCAB. Profesora en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.



Referencias

- Beeminder (2013): *Beeminder*. Consultado el 05 de julio en: <https://www.beeminder.com/>
- BIG. Big-Data Public Private Forum (2013): *Vision*. Consultado el 05 de julio en: <http://big-project.eu/content/vision>
- CARBERRY, J. (2013): *Designing for the hidden dangers in big data*. Mashable. Consultado el 05 de julio en: <http://mashable.com/2013/01/11/big-data-design-privacy/>
- GENTILE, B. (2012): *Top 5 myths about big data*. Mashable. Consultado el 05 de julio en: <http://mashable.com/2012/06/19/big-data-myths/>
- FOUCAULT, M. (1966): *Las palabras y las cosas*. Buenos Aires. Siglo XXI Editores.
- HAVENS, J. (2012): *How big data can make us happier and healthier*. Mashable. Consultado el 05 de julio en: <http://mashable.com/2012/10/08/the-power-of-quantified-self/>
- MCCANDLESS, D. (2010): *The beauty of data visualization*. Ted Talks
- MIRZOEFF, N. (2002): *The visual culture reader*. Segunda edición.
- Oxford Dictionaries (2013): *big data*. Consultado el 05 de julio en: <http://oxforddictionaries.com/definition/english/big-data>
- ROSLING, H. (2006): *Stats that reshape your worldview*. Ted Talks
- STONEBRAKER, M., MADDEN, S. y PRADEEB D. (2012): *Intel "Big Data" Science and Technology Center Vision and Execution Plan*. Consultado el 05 de julio en: <http://www.sigmod.org/publications/sigmod-record/1303/pdfs/07.centers.stonebraker.pdf>
- The Guardian* (2013): "Edward Snowden and the NSA files timeline". *The Guardian*. Consultado el 05 de julio en: <http://www.guardian.co.uk/world/2013/jun/23/edward-snowden-nsa-files-timeline>
- TUCKER, P. (2013): *Has big data made anonymity impossible*. Mashable. Consultado el 05 de julio en: <http://mashable.com/2013/05/07/big-data-anonymity/>
- Information is beautiful*. Consultado el 05 de julio en: <http://www.informationisbeautiful.net/>
- S/A (2013): *10 fascinating data visualization projects*. Consultado el 05 de julio en: <http://mashable.com/2013/03/05/data-visualization-projects/>

Recuerdos del futuro (III)

La ciencia ficción en la pantalla chica

En esta tercera parte se explora cómo la ciencia ficción ha incursionado en la televisión, desde sus antecedentes en el cine por entregas, hasta las series televisivas de la actualidad; una evolución que ha implicado adaptarse al discurso y formato de la TV, y que en sus últimas expresiones ha generado un fenómeno de viraje de otros géneros hacia este, y llevado elementos propios de esta plataforma a otras.

■ **ROWAN LOZADA-AGUILERA**
 ■ **FRANCISCO A. PELLEGRINO**

Introducción

A través de las dos entregas anteriores de esta serie de *Recuerdos del futuro* se han estudiado distintos aspectos de la ciencia ficción, tanto en su vertiente literaria como en la cinematográfica. De esta manera se ha podido hacer un recorrido por la historia del género y se han puntualizado las principales razones por las cuales este no ha gozado de una aceptación generalizada en los círculos académicos, y especialmente en los latinoamericanos.

En este tercer artículo se explorará una nueva vertiente, la cual es en muchos aspectos menos valorada dentro de los círculos ya mencionados, no solo por ser ciencia ficción, sino principalmente por el formato en cuanto que tal: la televisión.

En efecto, la televisión nunca ha sido un medio especialmente privilegiado entre la intelectualidad, si bien es uno de los más populares hoy día entre las masas. Por esa razón no es extraño escuchar expresiones como *caja idiota* o *la plaga electrónica* para referirse a la TV. No obstante, y aun cuando abundan los productos de baja calidad, siempre puede conseguirse algo valioso en cualquier medio, como se ha visto tanto con la literatura como con el cine en “Recuerdos del Futuro I y II”.

Sin más, a continuación se examinará cómo la ciencia ficción ha incursionado en la televisión y cómo ha evolucionado para adaptarse a su discurso y formato, y adicionalmente llevar elementos propios de la TV a otras plataformas.

La era pre-televisión: los seriales cinematográficos

Incluso desde antes de la aparición de la televisión los empresarios de la industria

del entretenimiento audiovisual, entonces dominado por la radio y el cine, hicieron uso del formato serial para asegurarse la fidelidad de las audiencias, y los beneficios económicos que ello supone, en un mercado que presenta una demanda de productos simbólicos con un comportamiento impredecible e inconstante.

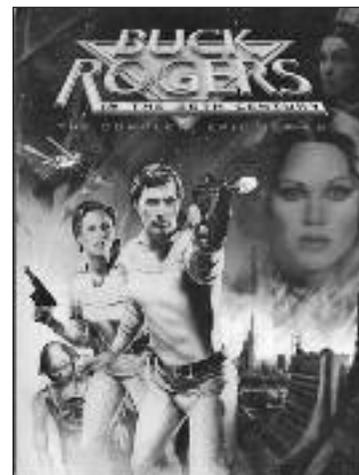
Naturalmente, en términos financieros resulta mucho más interesante invertir una cantidad relativamente pequeña en un serial, que abarata los costos de producción al dar un uso repetitivo a escenarios, utilería, vestuario, entre otros; y que siempre puede ser cancelada en caso de resultar poco exitosa o puede continuar en el tiempo si es bien recibida por el público.

Por el contrario, invertir grandes sumas en largometrajes más acabados, implica correr un riesgo mucho mayor de no retorno de capital. En ese sentido, los seriales primitivos que se transmitían por radio se valían de un presupuesto muy bajo, financiado con publicidad, gracias a lo cual se convirtieron en excelentes negocios para las estaciones durante varias décadas.

Las radionovelas de origen cubano y las *soap operas* norteamericanas (llamadas así porque, al estar dirigidas principalmente a las amas de casa, sus patrocinadores eran marcas de productos domésticos, y sobre todo de jabones) tuvieron una popularidad altísima que solo empezó a decaer con el auge de la televisión, con lo cual los seriales se fueron trasladando a aquel nuevo formato que ofrecía la competencia medular de la imagen en movimiento. No obstante, esa ventaja ya venía siendo explotada mucho antes de que la pantalla chica alcanzara su esplendor, de la mano de los estudios cinematográficos. En la actualidad muchos consi-

In a recent test before government scientist, pictures of a moving hand and other objects were transmitted by radio. The reproduction was said to have been somewhat indistinct but unmistakable. Improvements now in course of completion will bring out sharply the transmitted "movie", and the prediction was made that the near future will see radio motion pictures in the home become one of the world's most popular pastimes (1923)

Gregory Benford



deran que las secuelas cinematográficas tomaron fuerza a partir de la década de 1980, pero eso solamente puede considerarse un *renacer*. Su verdadera época dorada fue a finales de los años 1930 y principios de los 1940, aunque entonces el formato era notablemente distinto, como se describe a continuación:

Compuestas por doce o quince episodios, estas producciones tienen una particularidad que la televisión comparte con ellas, y es que cada uno de sus capítulos concluía con un *cliffhanger*: un instante decisivo en la acción, cuyo desenlace se revelaba [la semana próxima] en la siguiente entrega (Urrero, 2010, 2. Corchetes propios).

En efecto, la televisión moderna heredaría muchos de los códigos del cine serial en la forma de las conocidas series y miniserias televisivas de la actualidad. Continúa Urrero:

¿Su herencia? A estas alturas, nadie cuestiona que la recibió la televisión, y es que, si se fijan en ello, las teleseries siguen punto por punto los principios narrativos de aquellos viejos seriales cinematográficos (...) Su ritmo de producción era frenético. Cuatro, cinco y hasta seis seriales al año [por Estudio], con una extensión media de 12 o 15 capítulos de tres rollos, o lo que viene a ser lo mismo, treinta minutos de emoción, romance y riesgo. Para economizar, el formato se comprimió en dos rollos por capítulo, popularizando un recurso que aún emplea la televisión: un resumen al comienzo, para poner al día a los espectadores acerca de lo sucedido previamente (2010, 6-11. Corchetes propios).

Tal parece que la mayor diferencia entre aquellos seriales cinematográficos y los televisivos de la actualidad es, en esencia, el medio de transmisión al público: antes el público iba a las salas de cine a ver las series, ahora estas van directo a sus casas. Otros aspectos han cambiado —y mejorado mucho— pero son inherentes a la evolución natural del formato serial, y no a un quiebre con el discurso inicial.

Si bien se transmitían seriales de todo tipo de géneros, muchos de estos estaban basados en relatos de cómics y folletines, por lo cual las temáticas de acción, aventura, misterio y afines tenían cierta preferencia. La ciencia ficción recuerda especialmente a dos clásicos de la época: las historias de Buck Rogers y Flash Gordon, ambos nacidos en el seno de las revistas *pulp* de los años 1930.

Películas por entregas como *Flash Gordon: Space Soldiers* (Frederick Stephani, 1936), *Flash Gordon's Trip to Mars* (Ford Beebe y Robert F. Hill, 1938) y *Flash Gordon Conquers the Universe* (Ford Beebe y Ray Taylor, 1940) se encargaron de ampliar la racha de popularidad que su protagonista había conseguido en las tiras cómicas de la época, y que ya había alcanzado también la radio y las jugueterías de EE.UU. y otros países del mundo. Por su parte, *Buck Rogers* (Ford Beebe y Saul A. Goodkind, 1939), sería la incursión del héroe homónimo en el terreno del cine serial.

Más adelante, a principios de la década de 1950, tanto Buck Rogers como Flash Gordon incursionaron en la televisión propiamente, con sendas series de TV. No obstante, les fue imposible repetir el éxito que habían conseguido casi dos décadas atrás en la radio, el cine y las tiras cómicas. Los viejos héroes nada pudieron

hacer frente a sus nuevos competidores, creados específicamente para el formato de la pantalla chica. Pero esa es otra historia.

De las salas de cine a las salas de estar: la llegada de la televisión

Aquella suerte de tregua que tuvieron la radio y el cine como grandes industrias culturales, llegó a su fin con el surgimiento de la televisión electrónica en 1935—que no fue lanzada con anterioridad hasta tanto no quedó claro como *explotar* el negocio— y que poco a poco fue tomando fuerza y apoderándose progresivamente de más y más hogares del mundo, con particular acento en Europa occidental y América del Norte.

Lamentablemente para la radio y el cine, la televisión sintetizaba en sí misma las mayores ventajas de cada uno de esos dos medios: el acceso gratuito y la posibilidad de entretenimiento en casa de la radio, y el espectáculo visual del cine. Claro que se trataba de un competidor que debía tomarse en serio.

Los inicios de la ciencia ficción en la televisión

Hoy día las radionovelas prácticamente han dejado de existir, y las que quedan deben considerarse verdaderas rarezas. No obstante, antes de que el formato migrara por completo a la televisión —en forma de *telenovelas* y otras variedades de ficción—, la radio era el medio a través del cual se transmitían los seriales, y en el que alcanzarían mucha de la popularidad que más tarde heredaría la pantalla chica.

Concretamente en lo que se refiere a ciencia ficción, los autores Joseph J. Corn y Brian Horrigan comentan: “El futuro —lleno de asombrosos artefactos, ambientes exóticos, y personas vigorosas y aven-

tureras— ha servido como ubicación para programas de radio y televisión, prácticamente desde el inicio de la radiodifusión” (1996, p. 21, traducción propia).

A propósito de esta afirmación, vale la pena recordar la famosa adaptación radial de la novela de H.G. Wells, *La guerra de los mundos*, que fue representada por Orson Welles y el Mercury Theatre. Basándose en las estadísticas del Instituto Americano de Opinión Pública (AIPO, por sus siglas en inglés), el autor Hadley Cantril afirma que el programa fue escuchado por entre cuatro y doce millones de personas, a una parte de los cuales se entrevistó para conocer su reacción. De estos, 28% creyó que efectivamente se trataba de un noticiario. Asimismo, 70% declaró haberse asustado por la supuesta invasión (Cantril, 2012). En efecto, la versión de Welles y el Mercury Theatre es recordada aún en la actualidad como uno de los programas de mayor impacto en la historia de los medios de comunicación masiva, y se le considera una obra de culto de la ciencia ficción y, por supuesto, de la radio.

Asimismo, nuevas historias conquistarían el incipiente medio de la televisión, que les pertenecería hasta casi llegados los años 1960, década que —como se verá más adelante— sería fundamental en la historia de la ciencia ficción en la TV y en general. Los autores Corn y Horrigan describen las primeras series televisivas de la siguiente manera:

En los primeros años de la televisión Americana, los hogares con niños menores de 12 años tenían una tendencia a tener televisor de más del doble que aquellas que no tenían niños. La programación televisiva primitiva era predecible. Cuando se trataba del futuro, esto significaba —por supuesto— aventuras de viriles héroes espaciales (...) La aventura futurista espacial se convirtió en un producto de fabricación en serie.

Durante varias temporadas entre 1949 y 1959 los televidentes podían escoger entre *Captain Video*; *Tom Corbett, Space Cadet*; *Space Patrol*; *Rod Brown of the Rocket Rangers*; *Rocky Jones, Space Ranger*; y *Commando Cody: Sky Marshall of the Universe*; por mencionar sólo los que eran transmitidos en EE.UU. Los primeros tres de estos establecieron los parámetros que seguirían los demás (1996, p. 27. Traducción propia).



Concretamente, la historia de la ciencia ficción en la televisión iniciaría el 27 de junio de 1949, cuando se transmitió el primer episodio de *Captain Video*



Concretamente, la historia de la ciencia ficción en la televisión iniciaría el 27 de junio de 1949, cuando se transmitió el primer episodio de *Captain Video*. Este policia espacial del siglo XXII, que correspondía con el ya clásico héroe-inventor, pasaría a convertirse en un verdadero arquetipo dentro del género y en un punto de referencia para los personajes que le sucederían en años y décadas posteriores.

No obstante, este y todos los personajes e historias de ciencia ficción de la televisión estaban dirigidos a un público infantil y tenían un carácter más bien simplista, típico de los relatos de héroes espaciales de las tiras cómicas y las *soap operas* con temáticas espaciales, dirigidas al público infantil y juvenil) que tanto éxito habían tenido desde los años 1930, antes de la aparición de la TV.

La era *Star Trek*

No sería sino hasta bien entrados los años 1960 cuando la rama televisiva de la ciencia ficción alcanzaría la madurez necesaria para conquistar no solamente la última frontera que es el espacio, sino también a buena parte del público maduro.

Muchos de los niños que habían crecido siguiendo las aventuras de *Captain Video* u otras historias similares durante los años 1950 ya eran adolescentes o adultos a mediados de los años 1960, y ni hablar de los que habían hecho lo propio en los años 1930 y 1940 con Buck Rogers y Flash Gordon. La popularidad de aquellas series había decaído enormemente y una a una fueron siendo canceladas hasta que no quedó ninguna al aire, excepto por algunas retransmisiones eventuales.

Pero no había razón para que la televisión —o el público— abandonara el espacio, y mucho menos cuando finalmente el hombre lo había alcanzado en la realidad (en 1961 Yuri Gagarin se había convertido en el primer hombre en viajar al espacio exterior, a bordo de la nave Vostok 1) y las grandes potencias de la época se apresuraban por mantenerse a la vanguardia en la carrera espacial. Simplemente había que reconquistar a aquellas audiencias que habían sido fieles a la ciencia ficción durante sus infancias, pero ahora teniendo en cuenta que aquellos niños de los años 1930, 1940 y 1950 serían adultos en ese momento.

Gene Roddenberry, quien se había iniciado como escritor en sus tiempos de servicio como piloto en la Fuerza Aérea de los Estados Unidos de América durante la II Guerra Mundial, se enamoró de la televisión desde que la viera por primera vez a finales de los años 1940. Entonces decidió abandonar su carrera como piloto (para ese momento ya había dejado la Fuerza Aérea y trabajaba para la aerolínea Pan Am) y mudarse a Hollywood para probar suerte como guionista de televisión.

Antes de su obra maestra, Roddenberry trabajó como escritor en varias series para radio y televisión, hasta que en 1963 estrenó la primera de su autoría: *The Lieutenant* (1963-1964), cuyo éxito le abriría las puertas para en 1966 lanzar la que sería —sin lugar a dudas— la creación más importante de toda su carrera, y un hito en la historia de la ciencia ficción: *Star Trek* (1966-1969). En palabras de Isaac Asimov:

El verdadero salto adelante de la ciencia ficción visual llegó en 1966 con la aparición en televisión de *Star Trek* (“Viaje a las estrellas”), una idea de Gene Roddenberry. Ahí se trató de presentar personajes reales interactuando afectuosamente y haciendo frente a problemas de importancia no sólo para ellos mismos sino, por clara analogía, para nosotros

también. Las historias de la nave espacial Enterprise en su viaje por la galaxia no conquistaron una audiencia enorme y, al terminar la temporada, estaba claro que *Star Trek* se suspendería. Fue entonces cuando ocurrió un fenómeno inesperado. Los espectadores de *Star Trek* pueden no haber sido enormemente numerosos, pero eran salvajes en su dedicación al programa. El canal de televisión fue bombardeado por protestas de un estilo jamás visto antes y, en su asombro, siguieron pasando el programa otro año más, y aun un tercer año más (1986, pp. 72-73).

Sin embargo, la historia y el legado de *Star Trek* no terminarían en 1969, con el fin de la serie original. Al respecto, Sergi Sánchez comenta:

Después de que la cadena NBC recibiera un millón de cartas para que no se cancelara la serie y de que la primera convención de *trekkies* superara los 3.000 asistentes (en 1976 la cifra ascendió a 50.000), la Paramount no dudó ni un segundo: había que producir un largometraje para satisfacer a los fans de *Star Trek* (...) El éxito de *La Guerra de las Galaxias* (*Star Wars*, George Lucas, 1977) acabó de decidir a Paramount: aún sin un guión aprobado, *Star Trek* entraba en fase de preproducción (...) Cinco secuelas y cuatro nuevas series —entre ellas, *Star Trek: La Nueva Generación* (*Star Trek: The Next Generation*, 1987-94), que a su vez ha derivado en cuatro largometrajes— demuestran la buena salud de una leyenda del género que amenaza con seguir dando guerra (2007, pp.151-152).

Y en efecto, la franquicia siguió dando guerra: a esos diez filmes que menciona Sánchez en su publicación de 2007 se han sumado hasta la fecha dos nuevos largometrajes, ambos con gran éxito comercial y entre la crítica: *Star Trek* (J.J. Abrams, 2009) y *Star Trek: Into Darkness* (J.J. Abrams, 2013), que han hecho un *reboot* de la historia original de Gene Roddenberry. Con esto, no sería descabellado esperar también una nueva serie de televisión en el futuro cercano.

Finalmente, y para entender las implicaciones y repercusiones que tuvo *Star Trek* en el universo de la ciencia ficción, vale la pena leer un extracto del artículo *Star Trek, las claves de la franquicia con más larga y próspera vida*, publicado en el portal web del diario español ABC:



La Flota Estelar de la Federación Unida no deja de ser una demostración de que, en el siglo XXIV, los humanos no solo viven en paz entre sí, sino con los habitantes del espacio que les rodea.

El futuro se presenta sin hambre, enfermedades y en paz

La principal diferencia de *Star Trek* [la serie original] con el resto de ciencia ficción [de la época] es su fuerte sentido de la moralidad, el interés por la política y la defensa de los derechos civiles. La historia surgió en plena Guerra Fría, guerra de Vietnam y defensa de los derechos de los negros. La nave Enterprise reúne a personajes de diferentes planetas, pero, sobre todo, actores asiáticos, rusos y negros con protagonismo y peso intelectual en una época en que no era frecuente. La Flota Estelar de la Federación Unida no deja de ser una demostración de que, en el siglo XXIV, los humanos no solo viven en paz entre sí, sino con los habitantes del espacio que les rodea. El futuro se presenta sin hambre, enfermedades y en paz (sin fecha, 3. Corchetes propios).

Claramente, la ciencia ficción no volvería a ser la misma después de *Star Trek*. Luego de casi cincuenta años de historia y de haber sobrevivido a su creador (fallecido en 1991), la franquicia de ciencia ficción más importante de todos los tiempos sigue marcando pauta y siendo un punto de referencia en la vertiente *dura* (y *madura*) del género.

Ciencia ficción para grandes y pequeños: las comiquitas

Si bien el género ha conseguido cautivar al público adulto, no debe dejarse de tener en cuenta —como se indicó antes— que la ciencia ficción, desde su época de mayor auge en los años 1920 y 1930, ha gozado de una especial preferencia entre los niños y adolescentes. Por supuesto, no todas las comiquitas están dirigidas a este tipo de público y mucho menos toda la ciencia ficción. No obstante, sea por inocencia o esa capacidad ilimitada de *soñar* y *volar* que tienen los más jóvenes, se han convertido en consumidores tradicionales y fieles del género, o por lo menos de sus expresiones más ligeras.

En ese sentido, durante el último siglo no ha sido escasa la literatura, cine, televisión, videojuegos y juguetes relativos a la ciencia ficción. Naturalmente, mucha de la producción literaria ha sido del tipo cómic, e igualmente gran parte del cine y la televisión ha consistido en comiquitas.

Probablemente la más famosa de las comiquitas de ciencia ficción del siglo XX fue *The Jetsons* (1962), conocida en Latinoamérica como *Los Supersónicos*, serie creada por William Hanna y Joseph Barbera, que trataron de emular con ella el éxito que consiguieron con *The Flintstones* (1960-1962) o, en español, *Los Picapiedra*.

Los Picapiedra contaba la historia de una hipotética sociedad de la edad de piedra cuyo estilo de vida, sin embargo, era muy parecido al del estadounidense promedio de mediados del siglo XX, llegando a tener incluso muchos de sus artefactos tecnológicos en versiones *prehistóricas*, por llamarlas de alguna manera. Así, los habitantes de *Piedra-*



dura –como se llamaba la ciudad en donde se desarrollaban la mayor parte de los acontecimientos– tenían, por ejemplo, carros, aviones televisores, maquinaria pesada, casas prefabricadas, pistolas, tocadiscos, cámaras fotográficas, radios y –por supuesto– televisores. Naturalmente, nada era eléctrico ni electrónico, sino que funcionaba gracias al empleo de algún animal especialmente entrenado para ello (por ejemplo, las cámaras fotográficas funcionaban gracias a un pájaro carpintero que, en el interior del artefacto, hacía un grabado de la imagen sobre una lámina de piedra), o por algún tipo de tecnología primitiva basada generalmente en rocas y palos (como las pistolas o los yesqueros). En otros casos –como en el de la televisión– simplemente no se explicaba el secreto de su funcionamiento.

Si bien se trataba de un universo esencialmente fantástico, no sería descabellado considerar a *Los Picapiedras* como una comiquita de ciencia ficción. Todos esos aspectos *naïf* como el de los animales entrenados (y parlantes), y la tecnología imposible se pueden justificar precisamente por tratarse de una comiquita, y parte del discurso de estas consiste en la alteración de la realidad. Por ello nadie se siente ofendido cuando en uno de estos programas un personaje cae desde un avión a mil 500 metros de altura, y no solo sobrevive, sino que sus lesiones sanan solas al cabo de un par de segundos.

Por el contrario, si se mira a *Los Picapiedra* como una ucronía –en la cual se emula la sociedad de un tiempo en otras circunstancias evolutivas, con una tecnología basada en la del momento en el cual se creó la historia, pero adaptada a los parámetros estéticos y técnicos de ese otro momento de la evolución del hombre–, básicamente es lo mismo que ha hecho el *steampunk* y nadie cuestiona el que este sea efectivamente ciencia ficción. Se le considera, de hecho, una de las vertientes ucrónicas más importantes del género.

Los Picapiedra, en todo caso, es uno de los programas de televisión más populares de todos los tiempos, al punto de que aún en la actualidad es común verlo retransmitido en algunos canales de televisión, y sus personajes siguen siendo muy conocidos entre los niños de hoy día, más de cincuenta años después de su estreno. Por su parte, *Los Supersónicos* nunca fue tan exitosa como su hermana mayor, pero –a diferencia de aquella– a esta nadie le cuestiona su pertenencia al género ciencia ficción.

Y es que *Los Supersónicos* tiene muchos de los elementos clásicos del género: un



Así, en lugar de enfrentarse directamente con las facetas más puras del género desde un principio, el público puede empezar a consumir ciencia ficción de una manera más sediciosa, menos evidente y que provoque un primer acercamiento, un primer consumo.



tiempo futuro, estilo de vida utópico y –sobre todo– un desarrollo tecnológico impresionante, que incluye carros voladores, robots y todo tipo de *gadgets*. Corn y Horrigan la describen de la siguiente manera:

La familia Jetsons [Sónico, en la versión en español] incluía a George [Súper], el sostén de la familia, que laboraba en *Spacey Space Age Sprockets* [Engranajes Júpiter] en un trabajo completamente automatizado e insufriblemente aburrido; Jane [Ultra], su adorable y sensible esposa; Judy [Lucero], una avispada adolescente; y Elroy [Cometín], un niño travieso. El hogar incluía un perro, Astro, y una mandona sirvienta robot, Rosie [Robotina]. Una sutil sátira de las expectativas populares acerca de un futuro ridículamente repleto de *gadgets*, el programa falló en igualar el éxito de *Los Picapiedras* en el prime-time, y fue cancelado después de una temporada. Sin embargo, los 24 episodios de *Los Supersónicos* sólo raramente han estado ausentes de las programaciones de retransmisiones desde 1964 (1996, p. 31. Corchetes y traducción propios).

Aun siendo un programa dirigido especialmente al público infantil, puede considerarse una obra de valor incalculable en términos sociológicos, no solo porque retrata de manera fiel los valores e idiosincrasia de la sociedad estadounidense de mediados del siglo XX, sino también porque plantea, como ninguna otra, las ideas y expectativas que tenía esa misma sociedad acerca de su futuro.

Y naturalmente, *Los Supersónicos* no sería la última comiquita de ciencia ficción. A ella le seguirían muchas otras, como *Robotech* (1985), *Dexter's Laboratory* (1996-2003), o *El Laboratorio de Dexter*; y *Ben 10* (2005-2008). Asimismo, otras estarían dirigidas especialmente al público adulto, como *Æon Flux* (1991-1995), *Neon Genesis Evangelion* (1995-1996), y *Futurama* (1999-presente).

Los superhéroes

Una mención especial merecen estos personajes dentro del renglón de las comiquitas, si bien no son exclusivos de ellas. Y es que, así como la mitología de pueblos antiguos como el griego o el romano tenía en los *semidioses* la representación de los máximos héroes, la sociedad moderna ha dado origen a los superhéroes como representación ideal de las virtudes del ser humano.

Ambos tienen elementos comunes y también sus diferencias. Si bien no están exentos de ciertos defectos y debilidades propias del ser humano, cuando llega el *momento de la verdad* siempre son capaces de sacar a relucir esas virtudes que tanto valora el hombre –como la nobleza, la valentía o la inteligencia– y unirlos con su *gran poder* para salvar a los más débiles o a sí mismos.

La diferencia sustancial está en el origen de ese mencionado gran poder. Mientras los antiguos héroes los recibían gracias a su ascendencia divina –o más recientemente, tras alguna influencia mágica– los superhéroes modernos los reciben de manos de la ciencia. Sea como resultado –accidental o premeditado– de un experimento, por contacto con alguna sustancia o tecnología alienígena, o por un origen extraterrestre del héroe como tal; en la inmensa mayoría de los casos la súper habilidad (o las súper habilidades) pueden ser explicadas por la ciencia, y no por la magia o lo mítico-religioso, si bien aún existen algunas pocas excepciones.

Desde los tiempos de *Buck Rogers* y *Flash Gordon*, las pantallas de televisión han recibido frecuentemente a superhéroes, y casi siempre en forma de dibujos

animados. Personajes de DC Comics como *Superman*, *Batman*, *Linterna Verde* (*Green Lantern*); y de Marvel Comics como los *Cuatro Fantásticos* (*Fantastic Four*), *Spider-Man* y el *Capitán América* (*Captain America*); han tenido sus respectivas comiquitas a lo largo de los años. Dos de ellas pueden destacarse entre todas: *Super Friends* (1973-1977, 1980-1983), conocida en Latinoamérica como *Los Súper Amigos*; y *X-Men* (1992-1997), a su vez bautizada *Los Hombres X* en dichas latitudes. Ambas constituirían, respectivamente, las mayores y más exitosas incursiones en la televisión de las dos más grandes compañías mencionadas de cómics del mundo.

La fórmula definitiva: el viraje a ciencia ficción

Luego de sus dos siglos de historia, y como se discutió en la entrega anterior de esta serie, son muchos los que todavía tienen sus reservas u ofrecen una resistencia total ante los relatos de la ciencia ficción. Por este motivo el género ha tenido que buscar vías alternativas –más sutiles o menos frontales, si se quiere– para ganarse el corazón de esa parte de la audiencia que se rehúsa a consumirla en sus formas convencionales.

Ciertamente *Star Trek*, *Firefly* o *Battlestar Galactica*; no son series de televisión que cualquiera pueda ver. Puede sonar sectario, pero ese tipo de historias están dirigidas deliberadamente al consumidor frecuente de ciencia ficción, y no al público generalizado. Seducir a este es una tarea que requiere muchas veces de pasos previos y más ligeros.

Así, en lugar de enfrentarse directamente con las facetas más puras del género desde un principio, el público puede empezar a consumir ciencia ficción de una manera más sediciosa, menos evidente y que provoque un primer acercamiento, un primer consumo. Es una técnica parecida a aquella de suministrar pequeñas dosis de veneno para progresivamente inmunizar a un organismo.

En todo caso, es evidente que para el no iniciado resulta más plausible una historia convencional a todas luces –esto es, situada en un mundo y un tiempo familiares y claramente reconocibles– con personajes más o menos convencionales también, que una que se desarrolle en un universo paralelo o futuro, por ejemplo. Sin embargo, es posible introducir un elemento discreto de ciencia ficción en esa primera



**Definitivamente cine
y televisión, lejos de rivalizar,
son mundos que se comple-
mentan mutuamente y ello
lo demuestra el hecho de que
a lo largo de toda su historia
cada uno ha tomado
elementos del otro para incor-
porarlos a su propio lenguaje
y así enriquecerlo.**

posibilidad y con ello encaminarla sutilmente hacia el ámbito del género.

En efecto, una nave interestelar que navega a mayor velocidad que la luz y que está equipada con tecnología de teletransportación y armamento láser, muy posiblemente resulte chocante para un espectador no iniciado en estos menesteres. En cambio, las probabilidades de aceptación son mucho mayores si se trata de un satélite o un dispositivo informático de vanguardia –que no existe en la realidad, pero cuyas características no distan demasiado de las posibilidades reales o *supuestas* de la tecnología actual o del futuro cercano– que permite resolver ciertos problemas dentro de ese mundo *real* que se presenta en la historia. Se trata esta de una de las últimas y más refinadas estrategias del género, tanto en la televisión como en el cine.

En el caso de la televisión, el ejemplo más conocido y exitoso es la franquicia *CSI*, que comenzó con la serie *CSI: Crime Scene Investigation* (2000-presente), también conocida como *CSI: Las Vegas*, para no confundirla con sus hermanas menores. Y es que con más de una década al aire, esta serie ha dado lugar a otras tres: *CSI: Miami* (2002-2012), *CSI: NY* (2004-2013) y la miniserie de de tres episodios *CSI: Trilogy* (2009). Asimismo, el fenómeno *CSI* ha alcanzado también las librerías con cómics y novelas.

Esta franquicia, cuya temática es la de una clásica historia de detectives e investigación criminalística, posee, no obstante, algunos elementos que le dan un *twist* hacia la ciencia ficción, y la diferencian de otras producciones de su tipo. En efecto, el que los equipos *CSI* puedan resolver todos sus casos depende en gran

medida de la tecnología con la que cuentan, que es claramente superior a la disponible actualmente en cualquier unidad policial del mundo, pero sin llegar a parecer exagerada, de modo que no se rompa la verosimilitud de los relatos que cuentan en cada episodio.

Así, por ejemplo, la plataforma y los dispositivos informáticos y telemáticos que usan los protagonistas –y que son sus mayores herramientas, además de su formación y experiencia– implican una ventaja sobre los criminales, gracias a la cual –no sin dificultades– siempre consiguen resolver sus casos. A propósito de ello, el programador y crítico de cine de ciencia ficción, Alfonso de Terán Riva, comenta en una de sus reseñas: “Los que sigáis la serie *CSI: Miami* habréis comprobado que, el equipo informático del que dispone la policía de Miami está más cerca del de *Minority Report* que del que podamos ver en el mundo real” (2008, 1).

Algo similar ha sucedido con la más reciente *Person of Interest* (2011-presente), si bien en este caso el recurso es menos sutil. Siendo también una serie de investigaciones criminalísticas –aunque de una naturaleza distinta a las de *CSI*– el elemento de ciencia ficción es el dispositivo creado por uno de los protagonistas, quien es un multimillonario y genio de la informática, que es capaz de intervenir cualquier teléfono, servidor de correo electrónico o cámara de vigilancia del planeta y usar esa información para prevenir ataques terroristas y otros crímenes. Tal tecnología no existe, pero no deja de parecer realista en tanto que es un hecho que los servicios de inteligencia de los países desarrollados cuentan con tecnología de vanguardia, mucha de esta de carácter secreto y, en consecuencia, desconocida por el público. El dispositivo en cuestión bien podría ser uno de esos artilugios tecnológicos.

Por su parte, el cine también ha comenzado a utilizar esta fórmula en películas como *Deja Vu* (Tony Scott, 2006), en la cual se introduce brevemente una máquina del tiempo que permite resolver el conflicto de la película –si bien el resto del filme se centra en dicho conflicto–, evitar un ataque terrorista, y el dispositivo pasa a segundo plano. Asimismo, recientemente el superhéroe *Thor* fue también sujeto del viraje a ciencia ficción: el personaje que siempre había contado con un aura divina (o al menos semidivina) que fuera el origen de sus poderes, fue despojado de ella para convertirlo en un ser extraterrestre. A partir de la reciente película

Thor (Kenneth Branagh, 2011), se elimina cualquier vinculación del personaje con lo divino, si bien se mantiene el imaginario de la antigua mitología nórdica y muchas veces los seres humanos se refieren a él como a un dios. En todo caso, se explica que el protagonista proviene de otra galaxia, y ese origen alienígena es lo que le concede sus poderes.

Definitivamente, cine y televisión lejos de rivalizar, son mundos que se complementan mutuamente y ello lo demuestra el hecho de que a lo largo de toda su historia cada uno ha tomado elementos del otro para incorporarlos a su propio lenguaje y así enriquecerlo. Y si bien la TV sigue siendo —ante los ojos de algunos— la que menos aporta en esta relación simbiótica, el *viraje a ciencia ficción* es un ejemplo de los aportes que este medio ha podido hacer a la industria audiovisual en general, y a la ciencia ficción en particular.

Conclusión

La historia de la ciencia ficción está llena de éxitos y fracasos. Los éxitos, no obstante, se han dado más en el plano económico que en el mucho más subjetivo de la aceptación por parte de la intelectualidad y la crítica, tanto en la literatura como en el cine.

Efectivamente, la ciencia ficción se ha convertido con los años en un buen negocio, si bien ello ha implicado muchas veces el sacrificio de gran parte de la calidad artística y profundidad filosófica que se ha visto representada en otras obras del género, que no necesariamente han tenido el mismo éxito comercial. Pero una cosa no excluye a la otra y, en ese sentido, la producción más vendida puede ser también la mejor, como también puede suceder que resulte en un completo fracaso comercial.

El cine está lleno de ejemplos de todos los casos: *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), fue duramente criticada en su momento, y asimismo resultó un desastre en la taquilla. En la actualidad, sin embargo, se le considera una película de culto y se vende relativamente bien. Antes que esta, *2001: A Space Odyssey* (Stanley Kubrick, 1968) había sido considerada una joya audiovisual y una obra destacable por su profundidad y calidad técnica... por el puñado de personas que la fue a ver. Más recientemente, *Transformers* (Michael Bay, 2007) y sus secuelas se convertirían en grandes éxitos comerciales, si bien la crítica las considera simples *blockbusters* efectistas. Finalmente, están los casos en los cuales absolutamente todo sale bien: *In-*



¿Pero dónde están los defensores de la televisión?

Sería un acto de mezquindad no reconocer la evolución de este medio a través del tiempo, y sobre todo durante los últimos años.

ception (Christopher Nolan, 2010) es uno de esos ejemplos —ni tan comunes ni tan inusuales— de películas que son enaltecidas por la crítica y los círculos intelectuales, e igualmente exitosas entre el público masivo.

Lo mismo ha sucedido en la literatura y, por supuesto, en la televisión. La diferencia es que son poquísimos los que se han tomado en serio el discurso de la TV, a la cual generalmente se le considera un negocio, pero difícilmente un arte, desde los tiempos de Adorno y Horkheimer; cosa que sí sucede con la literatura y también con el cine, si bien en una medida mucho menor.

De cualquier manera, el cine tiene sus defensores en el plano intelectual. Pocos, pero los tiene. La literatura, por su parte, ni siquiera necesita que la defiendan. ¿Pero dónde están los defensores de la televisión? Sería un acto de mezquindad no reconocer la evolución de este medio a través del tiempo, y sobre todo durante los últimos años. Sin caer en juicios de valor, se hace cada vez más evidente el acercamiento en calidad técnica y artística entre la televisión y el cine; no porque el segundo haya desmejorado, sino porque la primera ha progresado notablemente. Hoy por hoy no sería descabellado pensar que en un futuro cercano la pantalla chica no tenga nada que envidiarle a la grande, excepto por la cuestión del tamaño, quizás.

Específicamente dentro del género de la ciencia ficción se han venido realizando producciones de muy alto nivel, algunas con poco éxito comercial, como *Firefly* (2002-2003) y *Caprica* (2010); y otras bastante exitosas, como *Lost* (2004-2010), *Fringe* (2008-2013) y *The Walking Dead* (2010-presente). Difícilmente podría pensarse que la tendencia no continuará en el futuro, pues es bien sabido que el espectador audiovisual se vuelve cada vez más exigente y tal fenómeno es irreversible. Incluso se han hecho algunas pe-

lículas específicamente para TV, los llamados *televífilmes*, de no poca importancia, si bien la mayor parte de ellos sigue sin gozar de gran presupuesto o calidad técnica. Al menos un par de ejemplos pueden mencionarse entre los destacables: la apocalíptica *The Day After* (Nicholas Meyer, 1983), y la ucrónica *Fatherland* (Christopher Menaul, 1994).

En ese sentido, no solo cabría esperar un mejor futuro para la televisión, sino también para la ciencia ficción, y —naturalmente— para esa alianza entre ambas que es la ciencia ficción televisiva. Todavía hay barreras que superar, pero son las mismas de siempre, y si algo saben hacer el tiempo indetenible y la calidad creciente, es derribar barreras.

El futuro será un tiempo para recordar.

ROWAN LOZADA-AGUILERA

Comunicador Social, asistente académico en la Universidad Católica Andrés Bello. Investigador en el área de Cine de Ciencia Ficción. Miembro de la Science Fiction Research Association.

FRANCISCO A. PELLEGRINO

Comunicador Social. Profesor de pregrado y postgrado en la Universidad Católica Andrés Bello. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación.

Referencias

- ABC.es. (Sin fecha): *Star Trek, las claves de la franquicia con más larga y próspera vida*. Recuperado el 5 de junio de 2013. <http://www.abc.es/cultura/cine/20130707/abc-i-star-trek-claves-series-201307040946.html>
- ASIMOV, I. (1986): *Sobre la ciencia ficción*. Madrid, España: Editorial Edhesa. (Primera edición).
- CANTRIL, H. (2009): *The invasion from Mars, a study in the psychology of panic*. Princeton, EE.UU.: Princeton University Press. (Cuarta edición).
- CORN, J; HARRIGAN, B. (1996): *Yesterday's tomorrows: past visions of the American future*. Baltimore, EE.UU.: The Johns Hopkins University Press. (Segunda edición).
- URRERO, G. (2010): *Cine serial: historia de los seriales*. Recuperado el 29 de mayo de 2013. <http://www.thecult.es/Cine-clasico/cine-serial-historia-de-los-seriales.html>
- SÁNCHEZ, S. (2007): *Películas clave del cine de ciencia-ficción*. Barcelona, España: Ediciones Robinbook. (Primera edición).
- TERÁN, A. (2008): *La magia informática de CSI Miami*. Recuperado el 11 de junio de 2013. <http://www.ciencia-ficcion.com/varios/malaciencia/mc139.htm>

TRABAJAR JUNTOS POR UN FIN COMÚN Y MEJORAR LA VIDA DE LOS VENEZOLANOS GENERA EL MEJOR DE LOS BALANCES BALANCE SOCIAL 1998-2012



	INVERSIÓN 2012	ACUMULADO 1998 - 2012
TOTAL INVERSIÓN SOCIAL	66.154.928	247.342.045
COMPROMISOS CONTRAÍDOS	5.550.000	5.550.000
TOTAL GENERAL INVERSIÓN SOCIAL MÁS COMPROMISOS CONTRAÍDOS	71.704.928	286.504.502

Cifras expresadas en bolívars

Directores

Juan Carlos Escotet Rodríguez	Miguel Ángel Marcano Carrea
Daisy Josefina Véliz Eulate	Olga Elena Marcano de Vaamonde
Flavel Castañeda de Ledanois	Oscar Doval García
María Josefina Fernández Maroño	Sergio Mateo Saggese Ciammino

Banesco nuevamente rinde cuenta de manera transparente a sus grupos de interés con la publicación del Balance Social 2012. Nos complace ser la primera institución venezolana en obtener la mayor calificación del Global Reporting Initiative (GRI) en nuestros reportes de Responsabilidad y Sostenibilidad, con el 'A+GRI Checked' desde el 2008.



Rafael Correa, paladín de la libertad

El proyecto de ley orgánica de comunicación, a lo largo de su proceso de aprobación, ha sido observado por organismos y organizaciones internacionales como la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, Human Rights Watch, Comité para la Protección de Periodistas, entre otros, por no cumplir con los estándares internacionales de libertad de expresión.

■ MOISÉS NAÍM

A pesar de sus vicisitudes, Julian Assange y Edward Snowden son muy afortunados. Al menos no son periodistas ecuatorianos. Si lo fuesen, sus circunstancias serían aún peores. Snowden y Assange también tienen la suerte de que el presidente de la nación agraviada por sus filtraciones sea Barack Obama y no Rafael Correa.

El presidente de Ecuador ha ganado cierta visibilidad internacional al convertirse en un apasionado defensor de los derechos humanos y la libertad de expresión. Curiosamente, Correa no muestra el mismo fervor libertario cuando se trata de los periodistas de su país. De Ecuador para afuera, Rafael Correa habla como si fuese un moderno Jean-Jacques Rousseau, mientras que dentro de su país se comporta como si fuese Fidel Castro. Adora la libertad de expresión de los extranjeros que filtran información sobre otros gobiernos, pero aborrece y reprime la de sus compatriotas.

Según Fundamedios, una organización que defiende la libertad de expresión en Ecuador, en 2012 se produjeron 173 *actos de agresión* contra periodistas, incluyendo un asesinato y trece asaltos. Catalina Botero, la relatora especial para la libertad de expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, y Frank La Rue, relator especial de la ONU sobre la libertad de opinión y de expresión, manifestaron en 2012 su profunda preocupación por la decisión del Tribunal Nacional de Justicia de Ecuador de confirmar una sentencia penal y civil contra tres directivos y un periodista del diario *El Universo*. Fueron condenados a tres años de cárcel y a pagar una exorbitante multa

de 40 millones de dólares. ¿Qué crimen merece un castigo tan severo? Haber publicado una columna que ofendió al presidente Correa.

La Sociedad Interamericana de Prensa ha descrito la nueva ley que regula los medios de comunicación impulsada por Correa como “el revés más serio para la libertad de prensa y de expresión en la historia reciente de América Latina”. La Asociación Colombiana de Prensa y Medios Informativos (Andiarios) califica esa ley como *la estocada final* contra la libertad de expresión en Ecuador.

Un editorial del *Washington Post* recomienda a Edward Snowden leer con cuidado la sección 30 de la ley Correa. Ahí se prohíbe la libre circulación, en especial a través de los medios de comunicación, de información *protegida por una cláusula de reserva*. La legislación faculta al Gobierno para multar a cualquier persona involucrada en la difusión de *información reservada*, incluso antes de que la persona sea sometida a juicio. Si Snowden hubiese actuado en Ecuador como lo hizo en EE. UU., no solo él sino todos los periodistas que recibieron y divulgaron esa información hubiesen sido objeto de inmediatas sanciones financieras –seguidas por un juicio–.

Este doble rasero es convenientemente ignorado por el presidente Correa y los estadistas que forman parte de su equipo. En un paroxismo de hipocresía, Ricardo Patiño, el ministro de Relaciones Exteriores de Ecuador, declaró después de reunirse en Londres con Julian Assange: “Pude decirle cara a cara, por primera vez, que el Gobierno de Ecuador sigue firmemente comprometido a proteger sus derechos



(...) al mismo tiempo que Rafael Correa amordaza a sus críticos, intenta presentarse ante el resto del mundo como un paladín del derecho a criticar a los gobiernos. Claro que no a todos.

humanos... Durante la reunión pudimos hablar sobre las crecientes amenazas contra la libertad de la gente para comunicar y conocer la verdad...". El canciller Patiño aún no ha revelado cómo va a luchar contra "las crecientes amenazas a la libertad de la gente para comunicar y conocer la verdad"... en su país.

De hecho, será interesante ver cómo este Gobierno tan preocupado por la libertad de expresión responde a una comunicación oficial de doce páginas que le acaba de enviar la relatora especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Entre muchas otras preocupaciones, la relatora Botero alerta que, según la nueva ley, cualquier denuncia de corrupción que a juicio del Gobierno disminuya la credibilidad de un funcionario público puede ser calificada como *linchamiento mediático*. Esto conlleva sanciones para el periodista y el medio que haya divulgado la información.

Es así como, al mismo tiempo que Rafael Correa amordaza a sus críticos, intenta presentarse ante el resto del mundo como un paladín del derecho a criticar a los gobiernos. Claro que no a todos. Hasta ahora, las filtraciones han sido muy selectivas y perjudican principalmente al Gobierno de EE.UU. Esperamos con gran interés y expectativa las revelaciones de WikiLeaks o las de alguien como Snowden que divulguen los secretos de los gobiernos de Rusia, Irán, China o Cuba. O los del Gobierno ecuatoriano.

MOISÉS NAÍM

Venezolano. Fundador y presidente del Grupo de los cincuenta (G50). Es uno de los columnistas más leídos en lengua española. Sus columnas semanales sobre la realidad mundial son publicados por los principales diarios de América Latina así como por El País de España.

LEY DE COMUNICACIÓN DE ECUADOR

La norma aprobada por la Asamblea Nacional consagra varios temas que ponen en situación de grave riesgo la libertad de expresión y de prensa, y que abiertamente contrarían los estándares internacionales en la materia, así como los avances que se habían desarrollado en las últimas décadas sobre el derecho a la libre expresión; entre otros:

- Códigos y normas deontológicas que vulneran el principio por el cual, en ningún caso, las conductas éticas pueden ser impuestas por los estados.
- La censura previa a través de la figura jurídica de linchamiento mediático, por la cual se prohíbe la difusión de información ligada a conceptos vagos y subjetivos.
- La creación de una Superintendencia de Información nombrada a partir de una terna enviada por el Presidente de la República, con funciones de fiscalización y sanción a medios de comunicación y periodistas.
- La conformación de un Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación con representación exclusiva de los poderes públicos y sin representantes de la ciudadanía y de los medios de comunicación social.
- La facultad del Consejo de Regulación de expedir reglamentos que contengan sanciones, rompiendo con el principio de legalidad consagrado en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos vigentes en Ecuador.

— La imposición de contenidos y cuotas de programación a los medios de comunicación.

Aún los potenciales avances democráticos de la Ley, como el reconocimiento de los tres sectores de la comunicación (comunitarios, públicos y privados) están planteados de tal forma que parecen dirigidos a reforzar la creciente hegemonía estatal en la Comunicación, antes que abrir la comunicación a la pluralidad y diversidad necesarias.

Al respecto, Fundamedios llama la atención sobre el hecho de que la ley aprobada en el Ecuador no es una ley de radio y televisión, que es el ámbito dónde se inscribe la legislación de nueva generación que se ha empezado a discutir y aprobar en varios países de América Latina. Por el contrario, la Ley de Comunicación en el Ecuador significa un retroceso a las viejas leyes de imprenta de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando se intentaba amordazar y limitar el trabajo de la prensa escrita.

Por todo esto, Fundamedios, como organización de la sociedad civil que promueve, vigila y protege la libertad de expresión y la calidad del periodismo en el Ecuador, llama la atención de la comunidad internacional sobre un cuerpo legal que no es más que la acción más reciente de un plan de gobierno que, contrariando la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos, instala la censura previa en el país, impulsa una creciente autocensura y consagra la acumulación de medios en manos del Estado eliminando las voces críticas al mismo.

Comunicación internacional como estrategia de política exterior —un acercamiento a partir del concepto de *soft power*—

En este ensayo se analiza el concepto de soft power propuesto por Joseph Nye y su posible aplicación en el ámbito comunicacional, con la intención de examinar el papel de los medios de comunicación en las discusiones actuales sobre el poder. Se aborda la utilización de los medios por parte de los estados que, a través de la comunicación internacional y las alianzas mediáticas, ejercen el soft power, en combinación con el poder económico y militar.

■ JOHANNA PÉREZ DAZA

El poder de los poderes

El poder ha sido ampliamente estudiado a partir de sus conexiones con ámbitos como economía, política, conocimiento e información. Estos vínculos pueden determinar o al menos condicionar factores de dependencia, dominación, ignorancia y desinformación, en orden correlativo.

En términos generales hay consenso en la definición de poder como la capacidad de afectar e influir en otros a fin de obtener los resultados esperados. Igualmente, la búsqueda del poder y sus alcances determinan la conceptualización del mismo; así, por ejemplo, se ha resaltado la idea de que el *conocimiento es poder*¹, lo que nos coloca ante un amplio marco de acción.

Las relaciones de poder se mueven en varios contextos y áreas, sin embargo, tradicionalmente se ha dado primacía al Estado-nación como actor fundamental en el ejercicio del poder; pero la actual dinámica internacional ha puesto en evidencia la emergencia de otros actores que también ejercen cuotas no menos importantes. Estas parcelas de poder pueden complementarse para lograr una influencia disgregada en varios sectores, de modo que los medios de comunicación no quedan excluidos del dinámico escenario internacional donde la toma de decisiones, la cooperación y las alianzas estratégicas se decantan mediante la influencia del poder, el cual puede ser definido de la siguiente manera:

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma

asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. (Castells, 2009: 33)

Asumimos que el poder está cambiando en función del reordenamiento geopolítico y las transformaciones en las estructuras internacionales, por lo que en el presente trabajo se estudia el concepto de *soft power* propuesto por Joseph Nye (1991, 2002, 2004) y su aplicación en el ámbito comunicacional, con la intención de examinar el papel de los medios de comunicación en las discusiones actuales sobre el poder.

Nye plantea que estos cambios se centran, fundamentalmente, en dos aspectos: la transición de poder entre estados y la difusión de poder, es decir, la forma en que el poder pasa de los estados a los actores no estatales. Esto hace necesario pensar el poder no solo en términos unidimensionales o exclusivamente económicos y, a la vez, trascender las nociones de amenaza-coerción y pagos-incentivos, lo que implica un nuevo tipo de poder (blando, suave) pero no menos influyente o decisivo en el sistema internacional.

Este autor distingue tres tipos de poder que se explican metafóricamente como un juego de ajedrez tridimensional: militar (unilateral), económico (multipolar) y



El soft power abarca las relaciones transnacionales y puede estar distribuido de forma caótica, pero intencionada. Se centra en la atracción, en lugar de la imposición, llegando a ser un factor fundamental para el balance de fuerzas que permite distinguir los cambios estructurales del poder en los procesos globales y sus nexos con el sector comunicacional.

el *soft power* que rebasa fronteras y puede quedar fuera del control gubernamental por lo que, en nuestra consideración, cabe la posibilidad de que sea ejercido a través de grandes corporaciones mediáticas, grupos editoriales, cadenas de televisión, agencias de noticias y, como se ha constatado más recientemente, por las redes sociales y las alternativas comunicacionales asociadas al uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la web 2.0.

El *soft power* abarca las relaciones transnacionales y puede estar distribuido de forma caótica, pero intencionada. Se centra en la atracción, en lugar de la imposición, llegando a ser un factor fundamental para el balance de fuerzas que permite distinguir los cambios estructurales del poder en los procesos globales y sus nexos con el sector comunicacional. El *soft power* permite abordar el equilibrio de poderes que buscan los estados mediante estrategias integradas en las cuales no se debería relegar u omitir la influencia de los medios de comunicación y las posibilidades que ofrecen a la política exterior.

Este concepto no descarta la existencia del poder duro (*hard power*), sino que apunta hacia la combinación y la convivencia de ambos, para convertirlo en poder inteligente (*smart power*) que permita hacer frente a los nuevos problemas y desafíos, crear redes y afianzar la cooperación. Este tipo de poder se inclina hacia la suma positiva, la ganancia que suma ganancia, en contraposición al juego de suma cero. Nye recoge las palabras del antiguo portavoz de la Cámara de Representantes, Newt Gingrich, sobre la posición de la Administración Bush en Irak, quien afirmó que: “la verdadera cuestión no es cuántos enemigos mato. La verdadera cuestión es cuántos aliados sumo.” (Nye, 2004:118)

Nye sostiene que el poder adopta muchas formas y una de ella es el *soft power*, el cual en ningún momento debe ser con-

siderado como debilidad, sino como reconocimiento de sus potencialidades, campos de acción y fuentes fundamentales, a saber: (a) la cultura, en la medida en que atrae a otros, (b) la política exterior y (c) los valores políticos.

Ahora bien, estas tres vertientes pueden reforzarse a través de los medios de comunicación, los cuales son utilizados por algunos estados como instrumentos y canales de su política exterior a fin de obtener la difusión simultánea de intereses, valores políticos, ideológicos y culturales, a la vez que se continúa fortaleciendo el llamado poder duro y su predominio económico y militar, pero con la salvedad de que este ya no es unidimensional ni total.

En la actualidad, la política exterior es asistida (en algunos casos complementada y en otros desvirtuada) por la llamada *diplomacia de micrófonos* y por la transmisión de sus mensajes y discursos a través de los medios de comunicación, los cuales se alinean con determinadas posturas que devienen en la construcción de la agenda mediática en la que se incluyen y excluyen temas a partir de las orientaciones, simpatías y posturas editoriales y sus lazos con la política y la agenda de gobierno. Esto ejerce una notable influencia en la opinión pública internacional y en las representaciones transmitidas a través de los medios y las mediaciones.²

Comunicación internacional: entre el poder y la política

Un interesante antecedente para entender la comunicación internacional fue expuesto por Cees J. Hamelink en la XII Asamblea General y Conferencia Científica de la Asociación Internacional de Investigaciones de la Comunicación (Aieri-Iamcr) desarrollada en Caracas en 1980. A pesar de la distancia cronológica la definición ofrece una claro aporte, a partir de su sencillez: “Se entiende por la comunicación internacional lo que abarca todos los procesos por los que pasan los datos e información a través de las fronteras nacionales.” (Hamelink, 1980: 5)

Obviamente, las significaciones de *datos, información y fronteras* sí se han modificado con el tiempo, especialmente con la transición hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento³ donde interactúan viejos y nuevos conceptos para entender o aproximarse a la actual realidad. Lo que no ha cambiado es la necesidad de estudiar la comunicación en el marco de las estructuras y procesos internacionales caracterizados, como se mencionó anteriormente, por la diversidad de actores que rompen la tradicional visión estatocéntrica de las relaciones internacionales, pues los estados ya no son los únicos protagonistas. Aunque lejos de desaparecer, el Estado-nación debe compartir su otrora exclusividad con otros actores que forman parte del sistema global, tales como: instituciones, organizaciones no gubernamentales, empresas transnacionales e incluso los propios medios de comunicación. En este sentido, vale acotar que:

La relación **información-conocimiento-poder** ha subrayado tópicos que muestran el auge y la penetración de las TIC en la esfera internacional, tales como el *ciberterrorismo*; las telecomunicaciones e Internet en la política internacional; la diplomacia *on line*; la blogósfera como nuevo espacio de comunicación; el uso

de redes sociales (*facebook* y *twitter*, principalmente) para divulgar primicias noticiosas y el intercambio y difusión mediática de mensajes de líderes mundiales, ciudadanos y demás actores internacionales (grupos sociales, instituciones, ONG, movimientos insurgentes). (Pérez, 2012: 151)

Esto nos permite volver a la comunicación internacional y sus variables. Por una parte, agencias de noticias y medios con presencia internacional subrayan ampliamente la primacía de unos estados e ignoran y marginan al resto. Y por otro lado, los propios estados se convierten en promotores de alianzas mediáticas y hacen uso intencionado de medios con alcance internacional (como por ejemplo: *AP*, *EFE*, *AFP*, *Thomson Reuters*, *NBC*, *FOX*, *CNN*, *RAI*, *TVE*, *BBC*, *Al Jazeera*, *Xinhua* e iniciativas latinoamericanas como *Telesur* y *La Radio del Sur*) a través de los cuales difunden su obra de gobierno, valores culturales e ideas políticas.

A partir de los datos recopilados por la Comisión para el Estudio de los Problemas de la Comunicación (Cipec), de la Unesco, Jassna Sepúlveda y Alberto Mayorga concluyen que las cuatro grandes agencias de noticias occidentales: *Associated Press (AP)*, *United Press International (UPI)*, *Reuters* y *Agence France-Presse (AFP)*, son las únicas empresas de comunicaciones que se encuentran presentes en más de 160 países, donde habita cerca del 99 por ciento de la población mundial.

Y en el sistema internacional actual los medios de comunicación poseen una estructura definida como transnacional, desequilibrada y homogeneizante. Por ende, es factible afirmar que los mencionados elementos se constituyen en agentes de la expansión y legitimación de los valores y costumbres de las sociedades industriales dominantes por medio del control de los mercados, lo que les permite inocular a los países sin políticas comunicacionales definidas y con ausencia de un claro proteccionismo de la identidad cultural de sus pueblos. (Sepúlveda y Mayorga, 2005: 235)

Los medios de comunicación pueden, entonces, ser aliados de los estados en la propagación de estrategias de política exterior⁴ y la construcción de una diplomacia no convencional para sembrar el apoyo internacional a futuro y recoger frutos de acuerdo a sus intereses, por lo que



La comunicación internacional pone al descubierto las relaciones entre países productores y consumidores de contenidos e información, y sus vinculaciones con la penetración cultural desproporcional y desequilibrada.

es válida la pregunta sobre las intenciones y motivaciones de estos.

La penetración de las corporaciones mediáticas influye decisivamente en el tratamiento de tópicos específicos que obedecen a la agenda política de algunos países; así se da preponderancia, por ejemplo, a temas como terrorismo, guerra preventiva, ciberataques, seguridad y defensa. El uso del lenguaje, los argumentos, la consulta de analistas y los espacios dados a algunos líderes contribuyen a la percepción que sobre estos temas tienen las audiencias. La comunicación internacional pone al descubierto las relaciones entre países productores y consumidores de contenidos e información, y sus vinculaciones con la penetración cultural desproporcional y desequilibrada. Respalde-mos esto con cifras:

Mientras que los proveedores de televisión son de propiedad local, la programación es casi en su totalidad extranjera. Con un promedio de más del 80% de los programas de televisión importados del extranjero, en particular los EE.UU., el Caribe es la región con mayor penetración del mundo en términos de programación de los medios extranjeros. (Brown, 1995: 48)

La realidad del Caribe es similar a la de la región latinoamericana en general, ya que como advierte Castells la concentración de los medios no es nueva ni exclusiva de algunas latitudes.

En cualquier momento y lugar se da una estrecha relación entre la concentración de poder y la concentración de medios de comunicación. Hasta los años ochenta del siglo XX, las “tres grandes” cadenas, ABC, CBS y NBC, dominaron tanto la radio co-

mo la televisión en Estados Unidos. A principios del siglo XX, la agencia británica Reuters, la francesa Havas y la alemana Wolff News formaron un “cartel de noticias globales” que dominaba la transmisión de noticias internacionales. Fuera de Estados Unidos, la mayoría de los gobiernos mantenían tradicionalmente un monopolio de redes de radio y televisión. (Castells, 2009: 112-113)

Además, esta penetración puede actuar en dos sentidos de forma simultánea: los contenidos e informaciones, por una parte, y la propaganda y la promoción por otra. Pero, más allá de la propiedad y los contenidos, el *soft power* y el binomio medios-poder se manifiesta también en los mecanismos de regulación y administración del espectro radioeléctrico y las telecomunicaciones que subrayan el control gubernamental, a veces solapado tras la justificación de servicio público.

A esto hay que agregar la propia intencionalidad y motivaciones de los medios, pues como actores del sistema internacional no son neutrales, sino que muestran sesgos hacia determinadas posturas políticas, favoreciendo a unos gobiernos y atacando a otros.

Una vez que se entiende y asume la relación comunicación-poder como una fortaleza a explotar, los actores políticos y militares se insertan en los medios de comunicación, así algunos gobiernos intervienen directamente en la construcción-fabricación de *noticias* como si se tratase, efectivamente, de un laboratorio mediático, valiéndose –entre otros recursos– de informaciones distorsionadas para promover y justificar sus acciones ante la opinión pública, asumiendo que la “información es poder y el control de las comunicaciones es la palanca para conservarlo.”⁵ (*Ibidem*: 354)

Consideraciones finales

El poder está cambiando, su recomposición trae implícitamente un reacomodo de los actores y la distribución de fuerzas. Ciertamente, el Estado sigue teniendo un predominio notorio en el sistema internacional y el orden global, sin embargo, otros actores también ejercen cuotas de poder que pueden complementar o contraponer los intereses de estados y gobiernos. Así, los medios de comunicación pueden asociarse al *soft power* y su avance hacia el poder inteligente como propone Nye.

Como se ha venido sustentado, la forma actual de la política exterior y del



poder en sí, toca necesariamente a la comunicación y los medios ya que, como señalan algunos autores, más que un *cuarto poder*, los medios “son el espacio donde se crea el poder” (*Ibidem*: 262) y donde, además, se ejecuta de una manera ampliada dada las capacidades tecnológicas y las posibilidades de traspasar fronteras geográficas y culturales.

En la comunicación internacional el uso de la información es un elemento clave y estratégico para el ejercicio del poder. La conformación de la agenda de los medios evidencia sus vínculos con la agenda política de algunos estados dominantes, lo que ha hecho que incluso temas como los derechos humanos pasen por la relatividad y los ajustes de los gobiernos y las alianzas mediáticas de turno.

Por otro lado, si bien es cierto que existe un reordenamiento en el sistema internacional, hay que considerar, entonces, el papel de todos los actores y empezar a estudiar el *soft power* que pueden ejercer los ciudadanos, las empresas, las instituciones y organizaciones no gubernamentales, pues definitivamente tienen un peso importante.

Otro punto de interés es la asimetría que sigue rondando el poder. Así, las estrategias de *soft power* varían de un Estado a otro y de una región a otra, de acuerdo a sus necesidades e intereses. Se observa, por ejemplo, el ejercicio del *soft power* de China en África, el cual se ha concentrado en la inversión en proyectos de ayuda y desarrollo en áreas como cultura, deporte, salud y educación, lo que no pasa inadvertido y levanta sospechas sobre las motivaciones asiáticas que pudieran vincularse con la búsqueda de recursos naturales en el continente africano. La Unión Europea, por su parte, se enfrenta al reto de rebasar el pasado colonialista de sus estados miembros, en función de sus potencialidades como mediador y sobre la base de intereses comunes que la definen como comunidad internacional capaz de influir –por la vía del *soft power*– en la toma de decisiones de otros actores con los que históricamente ha mantenido cierta supremacía y control.

Mientras tanto en América Latina se presenta el desafío de superar la actitud pasiva de recepción, formar audiencias críticas y creativas, conformar alianzas mediáticas y ver con cautela la amplia penetración de programación extranjera (norteamericana y europea, principalmente), buscando alternativas y articulando propuestas de contenido que no solo le permitan recibir sino también

(...) en América Latina se presenta el desafío de superar la actitud pasiva de recepción, formar audiencias críticas y creativas, conformar alianzas mediáticas y ver con cautela la amplia penetración de programación extranjera

transmitir mensajes desde su propia realidad, con sus diferencias y particularidades. Es importante mirar con atención proyectos impulsados desde la región, como *Telesur*, *La Radio del Sur* y la latente creación de una agencia de noticias de los países de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América –Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-TCP).

Estas iniciativas comunicacionales tienen desde su concepción una inclinación política definida que se expresa en sus principios y valores, y más concretamente, en su programación, contenidos y fuentes.

Telesur se define como “multimedio y multiplataforma de servicio público y cobertura global”. Esta televisora, de señal abierta y transmisión vía satelital, se plantea ser un contrapeso a las cadenas internacionales de noticias. Bajo el eslogan: *La señal informativa de América Latina/ Nuestro Norte es el Sur*, su programación es mayoritariamente informativa y cultural. Impulsada desde Caracas, donde tiene su sede principal, cuenta con el auspicio de, al menos, siete países emparentados política e ideológicamente (Venezuela, Cuba, Bolivia, Ecuador, Nicaragua, Uruguay y Argentina) y organizaciones como Unasur, Celac y Mercosur. Medios de comunicación de este tipo pueden ofrecer una agenda alterna –aunque no neutral ni independiente en términos políticos y económicos– en la que se revisen otros temas y se prioricen algunas gestiones gubernamentales ignoradas o tratadas con poco interés por las grandes corporaciones mediáticas, siendo así potenciales instrumentos de resistencia y mecanismos para empezar a pensar el *soft power* desde otras regiones.

Finalmente, vale reiterar que los medios de comunicación van marcando la pauta, definiendo la agenda y los temas, e

incidiendo en la opinión pública, destacando unos actores sobre otros, priorizando problemas y hasta adelantando pronósticos que en forma de *seudo* análisis develan sus intereses. Los estados y gobiernos han entendido la importancia de los medios para el fortalecimiento y proyección de su política exterior –ya sea mediante contenidos informativos y programación, propaganda y estrategias comunicacionales coyunturales–, así como para alcanzar y mantener el poder.

En el análisis sobre el poder y sus transformaciones se observa una doble influencia condicionante del *soft power*: en un sentido, la clase política busca influir en los procesos mediáticos y, a la inversa, los medios masivos de comunicación afectan la agenda política y establecen sus demandas y escala de valores. En este complejo entramado, las matrices de opinión y las líneas editoriales subrayan la estrecha relación del poder con los medios de comunicación y, específicamente, del *soft power* con la comunicación internacional.

JOHANNA PÉREZ DAZA

Licenciada en Comunicación Social, por la Universidad Bicentenario de Aragua (UBA). Investigadora del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco) de la UCV.

Referencias

- BROWN, Aggrey (1995): “A Caribbean cultures and mass communications technology: re-examining the cultural dependency thesis”. En: Dunn H. (ed): *Globalization, communications and cultural identity*. Kingston: Ian Randle Publishers.
- CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.
- CEES J. Hamelink (1980): *Nuevas estructuras de la comunicación internacional. El papel de la investigación*. Ponencia presentada en la XII Asamblea General y Conferencia Científica de la Asociación Internacional de Investigaciones de la Comunicación (Aieriamcr) 22-29 de agosto. Caracas, Venezuela.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones*. México: G. Gili.
- NYE, Joseph (1991): *Bound to lead. The changing nature of american power*. New York: Basic Books. (reimp., ed. 1990).
- _____ (2002): *The paradox of american power. Why the world's only superpower can't go it alone*. New York: Oxford University Press.
- _____ (2004): *Soft power. The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.

PÉREZ DAZA, Johanna (2012): "Alternativas comunicacionales desde la perspectiva de la fragegración". En: *Anuario Ininco/Investigaciones de la Comunicación* N° 1, Vol. 24, Junio 2012. pp.149-164.

_____ (2013): *Transiciones e interacciones en la Sociedad del Conocimiento. Un enfoque postinternacional*. Editorial Académica Española.

SEPÚLVEDA BELTRÁN, Jassna Valeska; MAYORGA ROJEL, Alberto Javier. (2005): "Aproximaciones a los medios de comunicación en la lógica de la comunicación internacional desde la perspectiva latinoamericana de la información". En: *Ámbitos*, pp. 233-245.

VALDÉS-UGALDE, José Luis; NYE, Joseph. (2008): "Approaching power and understanding leadership through the lens of Joseph Nye". En: *Norteamérica. Revista Académica del Cisan-UNAM*, Enero-Junio. pp. 197-204.

VILLAMIZAR LAMUS, Fernando (2011): "El soft power chino. Un acercamiento". En: revista *Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, Sin mes. pp. 75-88.

Citas

- 1 Frase atribuida hace ya más de cuatro siglos a Francis Bacon (n. 22 de enero de 1561 – m. 09 de abril de 1626) y que parece no perder vigencia pues como posteriormente afirmó Bertrand Russell: "Sabemos muy poco, y sin embargo es sorprendente que sepamos tanto, y es todavía más sorprendente que tan poco conocimiento nos dé tanto poder."
- 2 Para ampliar se sugiere revisar la teoría de las mediaciones sociales y los aportes de Jesús Martín-Barbero y Guillermo Orozco Gómez.
- 3 Se recomienda consultar: PÉREZ DAZA, Johanna (2013): *Transiciones e interacciones en la Sociedad del Conocimiento. Un enfoque postinternacional*.
- 4 Así mismo, se difunden otras estrategias con la intención de intimidar y mostrar poderío, tal y como ha quedado evidenciado en recientes episodios de Corea del Norte (2011, 2013) en los que la agencia oficial de noticias (KCNA) difunde fotografías sobre prácticas militares y equipos bélicos que luego de su circulación por la prensa internacional son acusadas de haber sido manipuladas digitalmente a fin de mostrar poderío ante las tensiones con Corea del Sur.
- 5 Castells presenta un caso específico: el 20 de abril de 2008 *The New York Times* publi-

caba los resultados de un informe de investigación en el que exponía con todo detalle y citando fuentes fidedignas de qué forma el Pentágono había organizado un grupo de 75 analistas militares que trabajaron para las principales cadenas de televisión entre 2002 y 2008, como *FOX, NBC, CBS* y *ABC*, además de colaborar con consorcios de periódicos. El trabajo comenzó a principios de 2002, cuando la marcha hacia la guerra había comenzado aunque el público aún tenía dudas sobre el inicio de una acción militar. Toti Clarke, subsecretario de Asuntos Públicos del Departamento de Defensa, diseñó un programa de reclutamiento de oficiales retirados para trabajar como comentaristas en los medios de comunicación.

Dada la credibilidad que se suele conceder al ejército, se consideraban los mensajeros más eficaces del punto de vista del Pentágono sobre la guerra. Su colaboración se vio facilitada por el hecho de que estaban dispuestos a apoyar a las fuerzas armadas, la institución a la que habían dedicado la mayor parte de sus vidas. También contribuyó el hecho de que muchos de esos analistas hubieran trabajado, y siguieran haciéndolo, con contratistas militares o formaran parte de sus grupos de presión. (*Ibidem*: 350)

6 Ver: www.telesurtv.net/el-canal

REVISTA comunicación

● Miradas (1975-2012) ● Miradas

● Aulas

● Multimedia

● TV

37 años

Una revista de comunicadores para comunicadores

www.gumilla.org

CENTRO GUMILLA

¿Una mayoría
lo es solo
para efectos
electorales?

¿Cómo se
construye la
mayoría en
democracia?

¿Cómo se
construye, hoy por
hoy, el espacio
público para
la deliberación
democrática?

En esta época
de crisis de los grandes
relatos y de excesiva
pragmatización
¿cómo construir los
proyectos políticos?

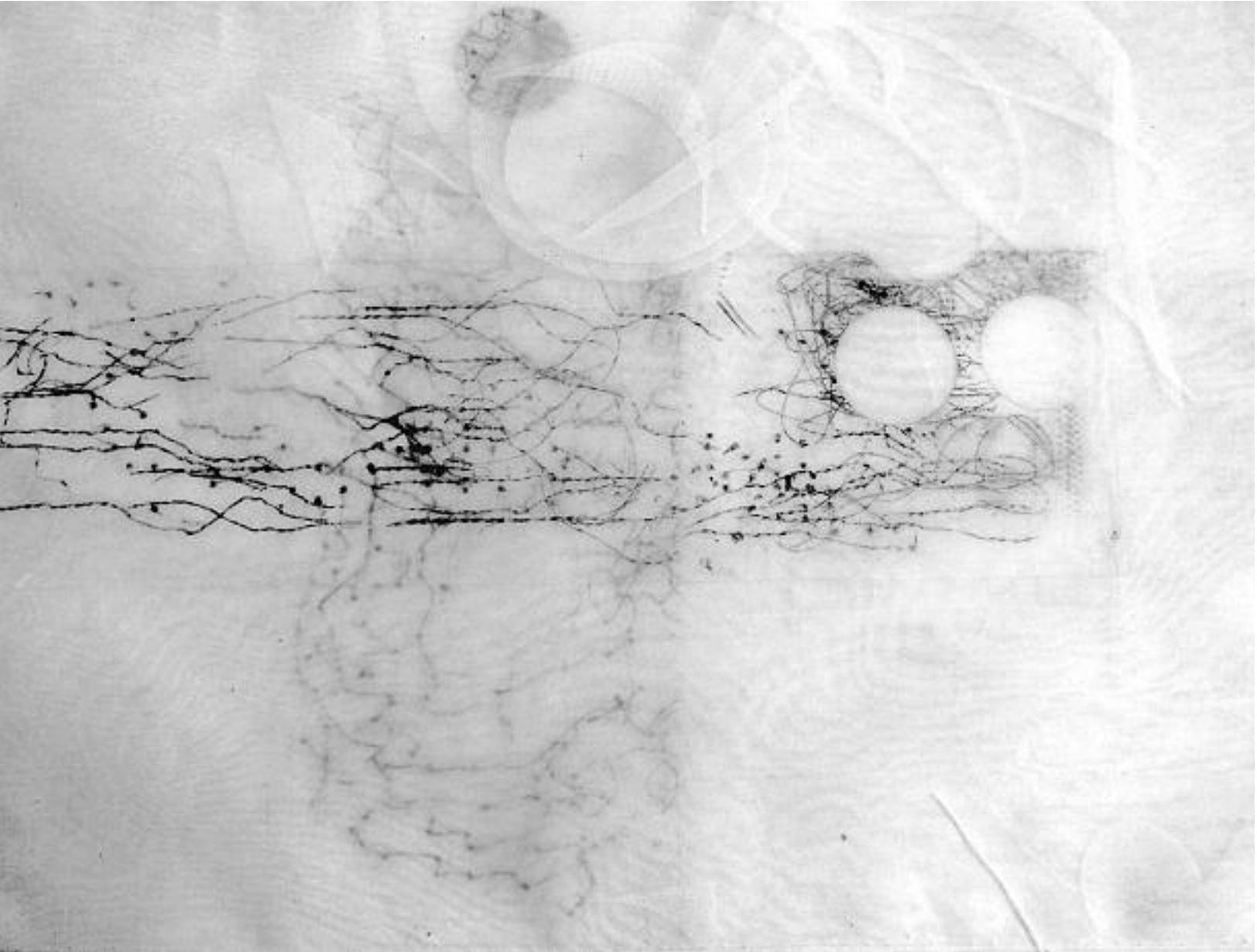


Pensando en estas y en otras preguntas y en que para dar respuesta cabal, en nuestra época, es necesario ir de la comprensión a la explicación y no al revés, la Universidad Católica Andrés Bello, a través del Postgrado en Comunicación Social, y el Centro Gumilla a través de la Revista *Comunicación* ofrecen este libro que reúne los documentos del *Seminario La política venezolana y la construcción de las mayorías más allá de lo electoral*, junto con otros valiosos aportes de alto valor académico.

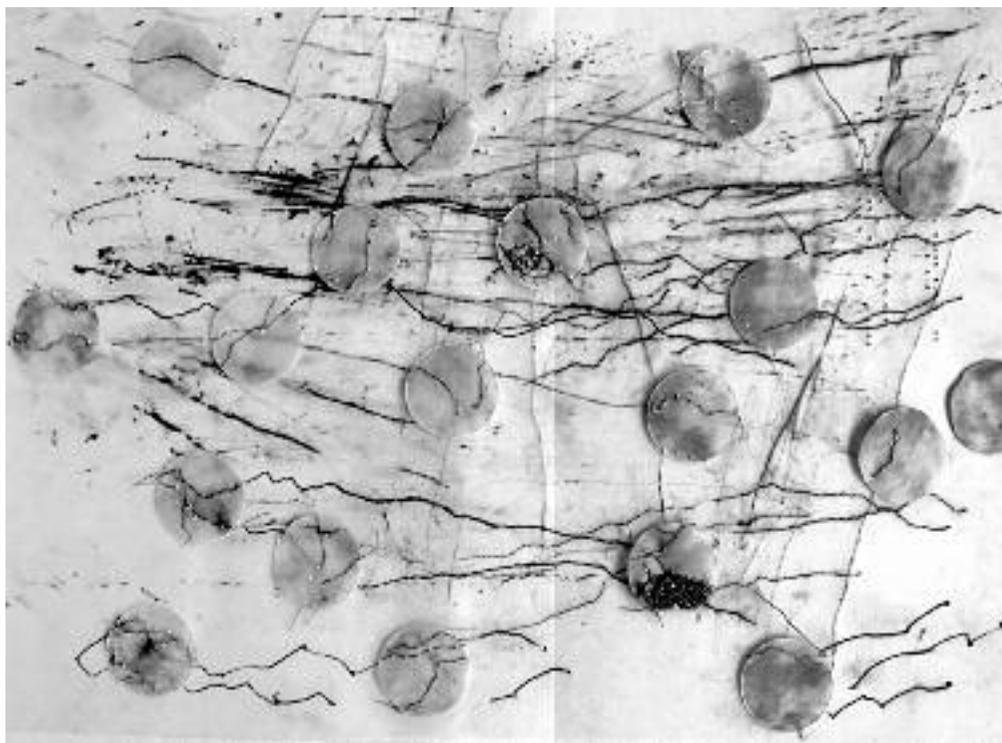
Disponible para la venta en:

Librería Pensum (UCAB/Montalbán) • *Distribuidora Estudios de La Castellana*
Centro Gumilla (Caracas) • *Centro Gumilla* (Barquisimeto)

GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).



tema central



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

Escribir para motores de búsqueda

Antonio Fernández Nays

● 42

Lectores, espectadores e internautas

Néstor García Canclini

● 49

Inconformes con el espacio

La lectura y la ciudad en el siglo XXI

Humberto Valdivieso

● 54

Lecturas fotográficas

Lo visible y lo latente en la fotografía latinoamericana

Juan Peraza Guerrero

● 62

Las lecturas del joven venezolano

Luis Alfredo Álvarez Ayesterán

● 68

El fin de la literatura: ¿es literatura la novela?

Francisco R. Pastoriza

● 74

Cruje la hegemonía cultural

Víctor Suárez

● 78

Venezuela

De la Sociedad del Conocimiento al socialismo del siglo XXI

Raisa Urribarrí

● 82

Escribir para motores de búsqueda

Las técnicas más adecuadas para hacer que un contenido obtenga el favor de los buscadores y escale posiciones en el ranking de resultados no son extremadamente complejas, aunque ameritan un cierto estudio y experticia. Con interés, organización y paciencia es posible lograr un texto en formato digital bien optimizado a efectos de mejor figuración.

■ ANTONIO FERNÁNDEZ NAYS

Si no apareces en Google, no existes, dice un popular adagio del ámbito digital, que no solo es relativamente cierto, sino que resulta casi una norma de oro para personas, empresas, organizaciones e instituciones que desean visibilizar contenidos en razón de sus particulares objetivos.

Efectivamente, los textos que en Internet tienen más éxito en términos de lectura y referencia son aquellos que normalmente aparecen en los primeros resultados de una búsqueda simple de un tema determinado, o de un conjunto de palabras que definen dicha pesquisa.

En este proceso concurren varios elementos que es necesario desgranar y comprender en toda su complejidad, sobre todo si media la intención de desarrollar contenidos escritos para ser alojados en una página web con la intención de informar, entretener, opinar o también ganar tráfico, prestigio, respeto o credibilidad de una comunidad de usuarios o público en general.

Se trata de poner al servicio de la escritura las técnicas que se conocen en el mundo digital como *posicionamiento en motores de búsqueda* (SEO, por sus siglas en inglés), una especialización en alza debido a su efectividad para el desarrollo de campañas de *marketing*.

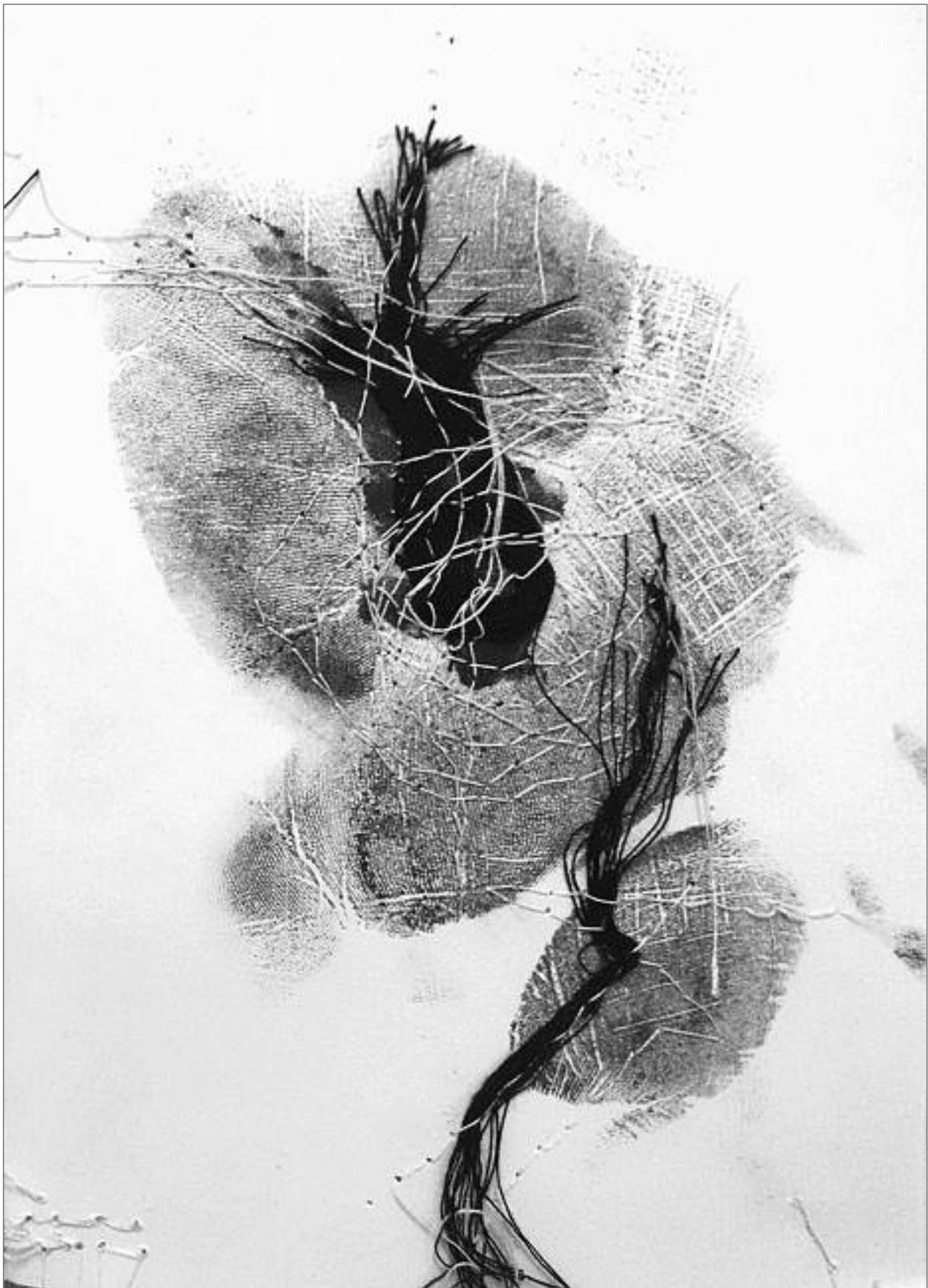
Los especialistas en SEO suelen ser expertos en informática –aunque también hay en menor grado matemáticos y periodistas– que desarrollan varias habilidades: conocen cómo opera e intentan descifrar el algoritmo de Google, fórmula

matemática de acuerdo con la cual se ordenan los resultados de una búsqueda en la web; analizan el diseño y la estructura de la página digital para un mejor posicionamiento; estudian y optimizan los textos para el mismo propósito; activan todas las herramientas tecnológicas posibles para que los contenidos propios o de terceros (clientes, organismos, institucionales, etcétera) tengan prominencia y visibilidad.

Es una disciplina mucho más amplia y dinámica, en permanente evolución, que implica una parte importante de conocimientos de programación pero que aquí se tratará solo en su variante *SEO on page* (SEO en página).

Aunque no es necesario que todo el que desee potenciar la visibilidad de sus textos en Internet sea ducho en SEO, es recomendable conocer cuáles son las variables objetivas que, a partir del contenido, inciden en un mejor posicionamiento. En cualquier caso siempre será útil que las dudas las resuelva un técnico o especialista en la materia que trabaje para la empresa o institución, o bien el profesional contratado para tales tareas.

También es importante estar al día con los cambios que cada cierto tiempo hace Google, por ser el motor de búsqueda más importante del mundo con más de 24 mil millones de peticiones al día. Para ello, es preciso que la persona responsable del SEO haga seguimiento regular a las sugerencias que hace Matt Cutts, uno de los directores más influyentes del gigante de Internet y encargado directo de este sector.



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

Palabras que enganchan

Por mucho empeño que se ponga en el desarrollo de las técnicas —que son muy válidas y muy útiles— existe otra regla de oro en esta materia: *el contenido es el rey*.

“El contenido es el factor SEO que define la temática de un sitio web para el buscador. Sin contenido indexable por los buscadores difícilmente se podrá indexar sitios webs”, subrayan Miguel Orense y Octavio Rojas en el libro *SEO, cómo triunfar en buscadores* (Desic, Madrid, 2010).

Al tratarse de un texto, el primer factor a tomar en consideración es que debe estar bien escrito en términos de redacción, gramática, prosodia y ortografía.

Los textos mal escritos, muy complejos o difíciles de entender son, por lo general, un revulsivo para el usuario que intenta con afán conseguir buen resultado en su rastreo, bien sea mediante Google, Yahoo, Bing o cualquier otro motor.

Artículos recargados con figuras retóricas, términos enrevesados o sencillamente con una redacción mediocre o datos de dudosa credibilidad, puede que logren alguna figuración inicial en los resultados de las pesquisas por Internet, pero probablemente no pasarán la prueba del lector, lo que terminará hundiéndolos en un mar digital insondable y profundo. No hay que ser candidato al Nobel de Literatura ni graduado en filología, pero sí escribir con corrección y calidad.

Los textos que suelen obtener el favor de los motores de búsqueda son aquellos que presentan datos interesantes y/o importantes para un colectivo en particular. Ello no es otra cosa que información relevante, bien por sus implicaciones desde el punto de vista social, bien por la prominencia de las personas que refiere, o bien por los actos derivados de su divulgación tales como fenómenos de opinión pública, acciones de grupo, procesos políticos, económicos o sociales, definición de tendencias y muchos otros.

Grandes noticias, innovaciones, celebridades, hallazgos y descubrimientos, fenómenos naturales o antropológicos, el conocimiento científico, declaraciones y actos de personalidades prominentes suelen caer en la gran cesta de los contenidos que exhiben mayor figuración y demanda en Internet, donde la competencia puede ser feroz sobre todo para sitios especializados en temas de actualidad.

La manera más recomendable de lograr buenas posiciones es generando contenidos originales, dando valor a la infor-



Los textos mal escritos, muy complejos o difíciles de entender son, por lo general, un revulsivo para el usuario que intenta con afán conseguir buen resultado en su rastreo, bien sea mediante Google, Yahoo, Bing o cualquier otro motor.

mación y escribiendo el texto con una estructura que enganche no solo al lector, sino también que escale en la página de resultados de las búsquedas.

Cuando el tema está lo suficientemente definido y acotado hay que determinar cuáles son las *palabras clave* que servirán de anzuelo para localizar fácilmente el contenido.

Las palabras clave “son las distintas combinaciones que introducen los usuarios de los buscadores en el cuadro de búsqueda a la hora de requerir determinada información”, explican Fernando Maciá y Javier Gosende en su libro *Posicionamiento en buscadores* (Ed. Anaya, Madrid, 2007). Puede, por tanto, ser una sola palabra, o un conjunto de ellas.

“El proceso de definición de las palabras clave es la etapa más crítica en cualquier campaña de posicionamiento en buscadores. Saber identificar los conceptos de búsqueda correctos resulta en el éxito o fracaso de la campaña”, agregan Maciá y Gosende.

En este proceso no solo participa el redactor del texto. El director de la publicación, el encargado de los contenidos institucionales, el responsable del SEO pueden ayudar mucho a definir los términos más adecuados para el posicionamiento deseado.

Se trata, más bien, de ser muy asertivo y no dejarlo al azar o al criterio exclusivo de quien escribe. Hay muchas técnicas, desde una lluvia de ideas sencilla, hasta el propio uso de la herramienta de búsqueda de Google (Google Keyword Tool) que muestra cuántas veces se solicita un tema.

En general, explican Maciá y Gosende, “el atractivo de una palabra clave radica

en cuatro puntos: palabras clave populares, palabras clave con poca competencia, palabras clave con alta conversión visita/cliente y palabras clave relacionadas con el negocio”.

La popularidad de una palabra se refiere a la cantidad de veces que es requerida en los buscadores de Internet. El especialista en SEO puede elaborar una lista con todas aquellas que exhiben una alta demanda, aunque eso no es suficiente para definir las que se deben resaltar en el contenido.

Algunos términos hallados en la pesquisa no tendrán tanta competencia. Las palabras más populares probablemente tengan más competidores y por lo tanto será mucho más difícil posicionar el contenido.

Apelando a técnicas de *marketing* digital, es importante también localizar aquellas palabras o frases cortas que pueden terminar fidelizando al lector o al eventual cliente. Por ejemplo, la palabra *dietas* arroja más de 26 millones de resultados en Google, pero si combinamos palabras y construimos la frase *dietas para adelgazar rápido*, el universo se reduce a 656 mil resultados. En términos de probabilidades de que un lector haga clic en nuestro contenido resulta más conveniente usar la segunda combinación de palabras.

El cualquier caso, hay una técnica sencilla para averiguar fácilmente las palabras clave más adecuadas para incorporar en un texto y es formularse la pregunta: ¿cómo buscaría o encontraría un lector promedio el texto que vamos a presentar? Las respuestas pueden ser reveladoras y útiles y, eventualmente, producen modificaciones sutiles pero importantes en el texto.

Densidad y enlaces

Ahora bien, una vez definidas las palabras clave, ¿dónde hay que ubicarlas a lo largo de un texto? Aquí hay que tomar en cuenta otro factor SEO y es la *densidad*, definida por Orense y Rojas, anteriormente citados, como “el número de repeticiones de una palabra clave en relación al total de palabras dentro del texto de una página web”.

A veces solo un par de menciones es suficiente para optimizar el texto. Pero es algo muy relativo y depende mucho de la competencia de dicha palabra, de lo cual se habló anteriormente.

Hay que usar las palabras claves en los componentes y a lo largo del texto, pero no saturar con términos similares, a riesgo de recibir una penalización de los motores

de búsqueda que, en lugar de reflotar el sitio en la página de los resultados, lo precipitará muy lejos.

Hace unos años, algunos webmasters aplicaban el llamado Black Hat SEO (especie de *lado oscuro* del SEO), que apela a técnicas subrepticias y de ética cuestionable que, entre otras cosas, implican la saturación abierta o encubierta de palabras clave para ganar posiciones. Pero Google ha ido ajustando su algoritmo (la versión más reciente se conoce como Pinguino, Penguin, en inglés) para parecer menos un robot y más un lector humano que valora la calidad de los contenidos, con el fin de castigar este tipo de prácticas. Ahora es mucho más difícil ir *por los caminos verdes*.

Como bien lo explican Orense y Rojas, aunque la densidad de palabras es importante “también existen otras fórmulas, que se podrán usar de forma complementaria o paralela para dotar de relevancia al contenido a posicionar” y se refieren al enlace dentro del texto, el hipertexto o los hiperenlaces.

Al igual que ocurre con las palabras clave, los hipervínculos tampoco han de ser muchos y, sobre todo, deben apuntar a sitios relacionados con la materia tratada y, preferiblemente, de calidad.

Sobre este particular, dicen Orense y Rojas: “Se trata de un factor imprescindible dentro del posicionamiento orgánico y para muchos SEO es el más importante de todos”.

Los enlaces, añaden estos expertos, son la manera más fácil y directa de ser indexado por los buscadores, pues cuando los programas de rastreo se topan con ellos es muy probable que queden registrados en el índice de dicho buscador.

Hay que diferenciar dos tipos de enlaces: entrantes y salientes. Los primeros son aquellos que apuntan a nuestra página desde otros sitios y constituyen una fuente muy importante de posicionamiento; los segundos son los que colocamos en el contenido y que refieren, bien contenido propio ya publicado, o sitios de referencia que enriquecen la lectura.

Para los enlaces entrantes es necesario que los estrategas de la corporación o institución definan una estrategia de *link building*, pero eso va más allá de la propia labor del redactor y tiene que ver más con una visión global del SEO.

Arquitectura del texto

Llega la hora de organizar y dar forma al contenido. Con los recientes cambios in-



Al igual que ocurre con las palabras clave, los hipervínculos tampoco han de ser muchos y, sobre todo, deben apuntar a sitios relacionados con la materia tratada y, preferiblemente, de calidad.

roducidos, sobre todo por Google, la arquitectura del texto no es un factor determinante –no más que la calidad y relevancia de los datos–, pero una buena estructura, amigable a los motores de búsqueda, es muy útil para los efectos deseados.

Usualmente los periodistas llevan ventaja pues están educados y habituados a una técnica muy efectiva, la de la noticia, que dispone los datos de manera decreciente en orden de importancia. Es lo que en el oficio se conoce como la *pirámide invertida*, de acuerdo con la cual en el primer párrafo se responde a preguntas básicas: qué (pasó), quién (está implicado en los hechos), cuándo (ocurrieron) y dónde (ocurrieron), y ampliar en párrafos subsiguientes con respuestas al cómo (sucedió) y por qué (pasaron).

No son las únicas preguntas que se pueden formular en torno al contenido, pero su precisión contribuye a aclarar ideas y, con ello, a una expresión mucho más clara y directa.

El profesor de Periodismo Digital, Fernando Núñez Noda, en la publicación *Comunicación Digital y Web* (Libros de El Nacional, Caracas, 2009) amplía el tema: “El cibernauta lee 50% menos que en papel, lo hace más rápido y consume la información de modo muy diferente. La pantalla es estrecha, hay que descender para develar lo que no está a la vista, muchas cosas se mueven. El primer contacto usuario-página debe ser simultáneamente atractivo e informativo. Como se lee por ‘escaneo’, el lector apenas atisba las primeras letras de cada línea o aquellas frases que estuvieran marcadas en negritas, por ejemplo. Entonces, coloque los términos, palabras clave, fotografías en el inicio de las unidades informativas: destacado, artículo, caja de referencias, menús, marquesinas, y así ayuda al escaneo y de paso

incrementa las posibilidades de ser encontrados por los buscadores”.

En efecto, el consenso general en las técnicas de SEO es que la principal palabra clave que define el contenido que se publicará debe ubicarse en los siguientes elementos:

- El título del texto.
- El primer y segundo párrafos, o al menos en las primeras 100 o 150 palabras.
- El último párrafo.

Un buen título es imprescindible para lograr notoriedad en los resultados. En promedio, no debe superar los 72 caracteres de longitud, de acuerdo con el promedio óptimo. Se trata del primer elemento que rastrea el programa de los buscadores (llamados araña o *spider*, en inglés), por lo que la palabra clave necesariamente debe estar contenida en la oración.

Es importante que la primera mención de la palabra clave dentro del texto vaya *resaltada en negritas*, porque permite un mejor rastreo de los motores de búsqueda. Luego, otras palabras importantes y frases también pueden llevar este recurso, pero sin abusar porque puede ser contraproducente.

El texto no debería ser menor en extensión de 850 palabras. Cuando los motores evalúan la densidad lo hacen con relación al tamaño del texto, por lo tanto, conseguir muchas palabras subrayadas en un texto muy corto no es buena señal para los buscadores que podrían interpretar rápidamente que es un texto *basura* que solo desea figuración.

Una de las penalizaciones más fuertes se obtiene cuando el motor de búsqueda localiza contenido duplicado, es decir, textos exactamente copiados de otros sitios; la deleznable práctica del copiar-pegar. Cada vez hay más restricciones técnicas y legales que implantan los sitios webs para evitar la reproducción obscena de sus textos e imágenes, y al menos Google ya comienza a dar importancia al autor (atributo author) de los contenidos para penalizar a quienes los reproducen íntegros y sin consentimiento.

Los *spiders* no solo detectan lo que figura en títulos, sumarios, textos y pies de fotos. El rastreo cubre muchos otros elementos que puede conseguir en el sitio web, tales como imágenes y *links*.

Por ello, las palabras clave deben colocarse en dos elementos adicionales al texto muy relevantes desde el punto de vista del SEO, que terminarán de redondear un buen posicionamiento del contenido:

- La imagen principal que acompaña la nota, específicamente en el atributo *alt*. Si el redactor no sabe cómo ubicarlo, debe solicitarle ayuda al webmaster.
- La url del enlace o *perma-link*. La indicación anterior también es válida.

Como se resaltó anteriormente, es bueno añadir uno o dos enlaces relevantes a la información, porque de esa manera la indexación será mucho más directa. Con Panda, el anterior algoritmo de Google, se daba mucha relevancia al *anchor text*, es decir, al propio texto visible del enlace, pero con los cambios introducidos con Pingüino se está dando más peso a la calidad y el contexto del propio enlace, de manera *natural*, como recomienda Matt Cutts. Por ejemplo: si un enlace de una página taurina incluye un enlace a *toros*, la página y el texto al cual se está apuntando debe también hacer referencia al tema tratado.

Los enlaces pueden apuntar a contenido del propio sitio web, porque así potenciamos también las visitas. Pero es aconsejable incorporar un *link* a un sitio exterior, respetable y de buen posicionamiento.

Observaciones finales

El trabajo de SEO en el contenido parecería que culmina al poner el punto final del texto, luego de haber seguido las recomendaciones descritas. Pero no. Los cambios recientes en la configuración de los algoritmos de búsqueda toman mucho más en cuenta los enlaces y referencias provenientes de las redes sociales.

El tráfico proveniente del *social media* es valorado, y sobre todo si se trata de lectores recurrentes que van marcando una fidelización al medio digital que difunde los contenidos.

La optimización, por lo tanto, no está completa sin una buena distribución a través de las redes sociales que están incluidas dentro de la estrategia comunicacional.

Un aspecto adicional es la necesidad de actualizar frecuentemente los contenidos del sitio web para que los motores lo mantengan con una buena indexación.

Hay un elemento no escrito que también es sumamente importante en SEO: la honestidad. Si el título ofrece o *vende* un contenido de calidad del que se carece, serán los propios lectores quienes se encarguen de hacer *SEO-en-reversa* para hundir la página. A contrapelo, si el título es deficiente aunque el texto sea valioso, los usuarios tampoco lo encontrarán.



Hay un elemento no escrito que también es sumamente importante en SEO: la honestidad. Si el título ofrece o vende un contenido de calidad del que se carece, serán los propios lectores quienes se encarguen de hacer SEO-en-reversa para hundir la página.

A fin de cuentas, quienes mueven el algoritmo son los propios usuarios que con sus visitas hacen que la página o el texto digital salgan recompensados. El *SEO-on-page* es un todo integral, un proceso que debe atender minuciosamente a cada detalle aquí descrito.

Más allá de la optimización del texto, los encargados del departamento de tecnología o webmasters deben también ayudar haciendo una evaluación del HTML con el fin de que tenga una estructura amigable con los motores de búsqueda y un etiquetado correcto para la mejor indexación del sitio. Además, es conveniente que hagan frecuentes mediciones de tráfico y evaluaciones con herramientas disponibles (Webmaster Tools y Google Trends, por ejemplo) para introducir los ajustes que se requieran.

Igualmente, es necesario complementar con una campaña limpia de *link building*, el impulso del *marketing* de contenidos y otras herramientas comunicacionales y tecnológicas que empujan el barco en el mismo sentido.

Hay que tener conciencia de que los resultados de una buena campaña de SEO no son automáticos; al contrario, requieren paciencia y tiempo pues se trata de posicionar de forma natural contenidos en un escenario de alta competencia en el que otros ya pueden haber tomado la ventaja o tener más historia digital indexada por los buscadores, lo que hace mucho más difícil la carrera por ascender en la página de resultados. Es algo que tanto redactores, como técnicos y directivos han de tener siempre muy presente para evitar decepciones por visiones de corto plazo.

Pero finalmente, el trabajo de optimización de contenido tampoco es tan complicado. Solo hace falta una buena dosis de sentido común y compromiso con la calidad.

El propio Centro de Asistencia Técnica de Google lo establece con claridad cartesiana:

“Nadie puede garantizarle el primer puesto en el *ranking* de Google. Desconfíe de los SEO que dicen garantizar las clasificaciones, que afirman tener una ‘relación especial’ con Google o que dicen disponer de un ‘envío prioritario’ a Google.

Google no acepta ningún envío con prioridad. De hecho, la única forma de enviar un sitio a Google de manera directa es a través de nuestra página Añadir URL, o de Herramientas para Webmaster de Google, y puede hacerlo usted mismo sin pagar nada”.

ANTONIO FERNÁNDEZ NAYS

Periodista venezolano (UCAB, 1992), ha sido profesor universitario y ha trabajado en El Universal y El Nacional. Fue director de contenidos de el-nacional.com y analitica.com. Actualmente está radicado Madrid, España, desde donde colabora con BBC Mundo y otros sitios webs. Está certificado en SEO por el Instituto Internacional de Marketing y Negocios (IIMN).



**Banca
Comunitaria
Banesco**

Yo no soy sólo la dueña de un negocio
Yo ahora soy la Gerente

El Programa de Formación de Microempresarios de Banca Comunitaria Banesco ya ha graduado a más de 3.000 emprendedores en alianzas con Fe y Alegría, Microsoft Venezuela, UNIMET y el Instituto Universitario de Gerencia y Tecnología, entregándoles las herramientas para poner en marcha sus proyectos.

Infórmate de los nuevos cursos a través del correo programamicroempresarios_ve@banesco.com, o llamando al 0212.9018677/ 0212.9018679



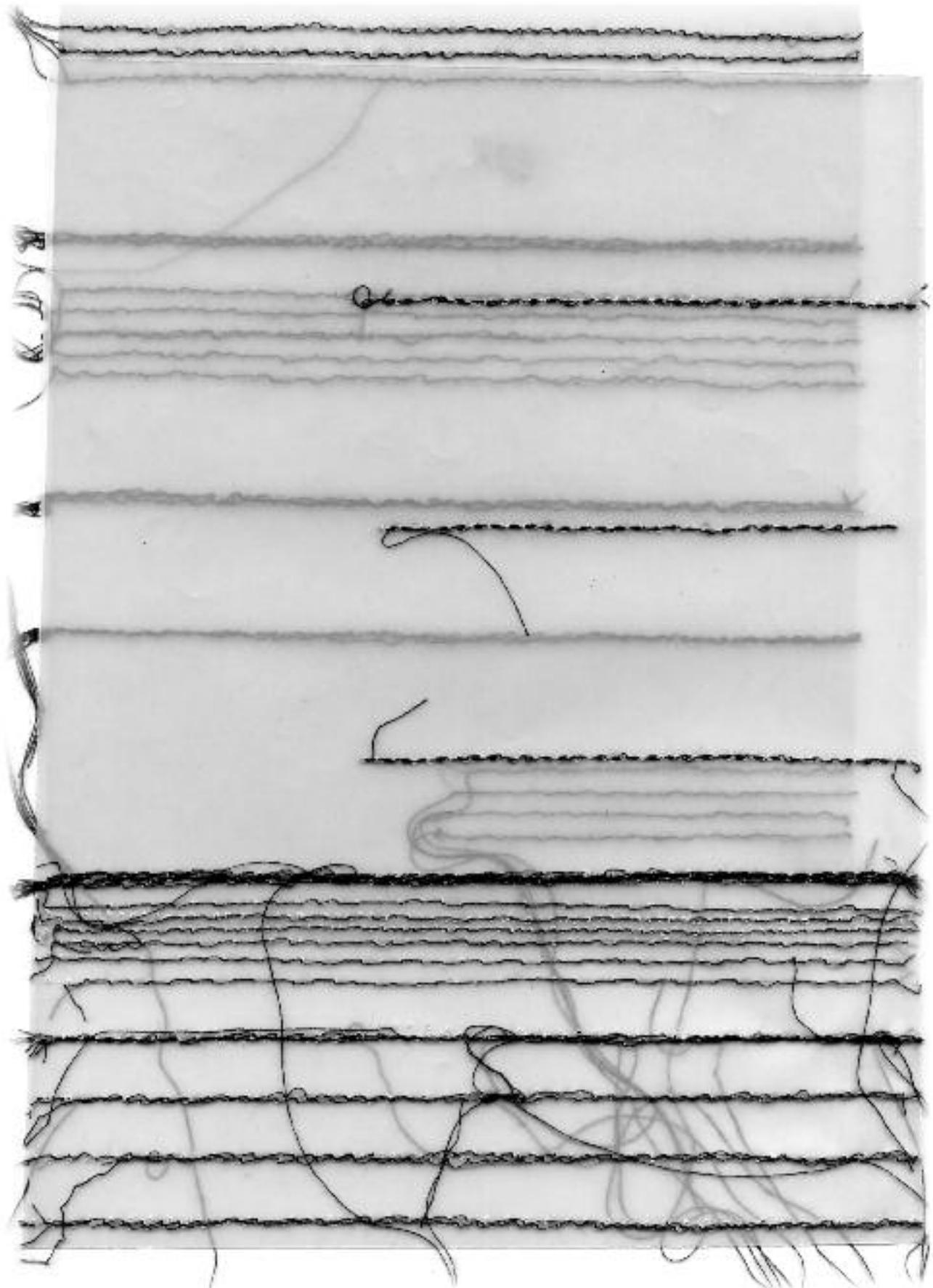
UNIVERSIDAD
METROPOLITANA



IUGT
Instituto Universitario
de Gerencia y Tecnología

Un ejemplo de inclusión financiera
Ahora el banco viene a ti.

www.BancaComunitariaBanesco.com



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

Lectores, espectadores e internautas

¿Campos culturales o mercados?

Uno de los recursos conceptuales de la sociología de la cultura que tuvo más poder explicativo en la segunda mitad del siglo XX –la concepción de Pierre Bourdieu sobre la autonomía de los campos culturales– es cada vez menos aplicable. Sigue siendo productivo hablar de campos artísticos y científicos para describir lo que sucedió entre los siglos XVIII y XX cuando se crearon universidades modernas, museos y galerías donde las obras de arte y las investigaciones científicas se valoraron cada vez más sin las coacciones que les imponían el poder político o religioso antes de la modernidad.

En los campos culturales, esas “instancias específicas de selección y consagración”, los artistas dejan de competir por la aprobación teológica o la complicidad de los cortesanos; buscan “la legitimidad cultural”. Los salones literarios y las editoriales reordenaron en el mismo sentido la práctica literaria. La consagración de las obras y los autores implica la producción de una creencia en su valor, que es conferida por actores específicos: museos y espectadores, editoriales y lectores.

La independencia conquistada por las artes y la literatura justificaba la autonomía metodológica de su estudio. A diferencia de quienes deducían el sentido de las obras del modo de producción o del origen de clase del autor, Bourdieu considera que cada campo cultural está regido por leyes propias. Mondrian o Stravinski estaban condicionados, más que por la estructura global de la sociedad, por el sistema de relaciones que establecían los

agentes vinculados con la producción y circulación de las obras: artistas, críticos, museos, teatros, galerías y públicos. Para estudiar sociológicamente el arte había que examinar cómo se había constituido el capital cultural de cada campo y cómo los actores específicos luchaban por su apropiación. Las disputas por apoderarse del capital artístico o científico generan batallas; pero esa competencia tiene mucho de complicidad, y a través de ella también se afirma la creencia en la autonomía del campo. Cuando en las sociedades modernas algún poder extraño –la Iglesia o el gobierno– quiere censurar una exposición o un libro de ciencia, los artistas y los científicos suspenden sus enfrentamientos para aliarse en la defensa de “la libertad expresiva” o de investigación.

Desde hace tiempo se observa que *la tendencia a mercantilizar la producción cultural, masificar el arte y la literatura y ofrecer los bienes culturales por varios soportes a la vez (por ejemplo, el cine no solo en salas sino en televisión y vídeo), quita autonomía a los campos culturales*. La fusión de empresas acentúa esta integración multimedia y la somete a criterios de rentabilidad comercial que prevalecen sobre las búsquedas estéticas. Uno de los ejemplos más citados es el de *Time*: dedicada a medios impresos, se unió al megaproducer audiovisual Warner. Convertidos, así, en los mayores fabricantes de espectáculos y contenidos (Time-Warner), se aliaron en el año 2000 con los megaproveedores de Internet (AOL). Por otra parte, la empresa Cobis Corporation, de Bill Gates, al comprar más de 20 millones

Este texto forma parte de un libro escrito en 2007 y editado por la editorial Gedisa bajo el título Lectores, espectadores e internautas. De él hemos extraído tres breves artículos que dan cuenta de cómo las personas, ahora convertidas en espectadores, en internautas y en lectores, interactúan bajo la convergencia digital, pero siguen siendo ciudadanos culturales.

■ NÉSTOR GARCÍA CANCLINI

de imágenes fotográficas, pictóricas y de diseños agrega a su control digital de la edición y transmisión el manejo exclusivo de una enorme parte de la información visual sobre arte, política y guerras. Luego, estas corporaciones concentran la capacidad de seleccionar e interpretar los acontecimientos históricos.

En el campo editorial, la pérdida de autonomía fue documentada, entre otros, por André Schiffrin en su estudio *La edición sin editores*, crónica de la caída de Pantheon Books y otras casas estadounidenses. La concentración de las editoriales clásicas en grupos empresariales manejados por gestores del entretenimiento masivo hace que se publiquen menos títulos (solo los de alta tirada) y elimina los que se venden lento, aunque lleven años en catálogo, sean valorados por la crítica y tengan una salida constante. Los nuevos dueños exigen al mundo editorial libros que den tasas de ganancia semejantes a sus negocios en televisión o electrónica.

Bourdieu sostuvo que aun las industrias editoriales que priorizaban el tiraje necesitaban eufemizar su interés por acumular utilidades económicas dando importancia al valor simbólico. Pero al final de su vida, en un texto de 1999, que analizó la “revolución conservadora en la edición”, reconoció cómo declinaban los “editores heroicos” y avanzaban “los *publishers*” y el “populismo literario”, “los editores que no saben leer, sino que saben contar”. Se ocupó de editores como Bernard Fixot, que trasplantaban a Francia el sistema estadounidense, en el que “las editoriales están frecuentemente en las manos de grupos que no tienen nada que ver con la edición, es decir, bancos, sociedades petroleras y compañías generales de electricidad” (Bourdieu, 1999: 245). Bourdieu aún veía a las grandes editoriales, como Gallimard, con “conductas de noble en decadencia”, intentando combinar “estrategias de modernización atemperada”, “audacias” y “descubrimientos”. Usó el análisis sociológico para sostener una “resistencia a las fuerzas del mercado”, esperanzado en “los pequeños editores que, enraizados en una tradición nacional de vanguardismo inseparablemente literario y político (manifiesto también en el dominio del cine), se constituyen en los defensores de los autores y de las literaturas de investigación” (ibíd., 1999: 263).

Esto fue dejando de ocurrir a medida que decenas de editoriales, como Gallimard en Francia o Sudamericana en Argentina, fueron compradas por grupos económicos



Los estudios sobre consumos culturales ya no avalan preocupaciones de hace unos años: si van a desaparecer los libros y los periódicos o cómo lograr que los jóvenes lean más.

dispuestos a pagar altas sumas por el prestigio de sus autores, a los que después dejaron en el catálogo o expulsaron según su índice de ventas.

La promiscuidad entre los campos no se debe solo a la reestructuración de los mercados y la fusión de empresas procedentes de campos distintos. Es también el resultado del proceso *tecnológico* de convergencia digital y de la formación de hábitos culturales distintos en lectores que a su vez son espectadores e internautas. La digitalización conjunta de textos, imágenes y todo tipo de mensajes integrados en la televisión, el ordenador y el móvil se está haciendo desde hace varios años: la Unión Europea fijó 2010 como plazo para que todos los *broadcasters* emitan sus señales en forma digital, y Estados Unidos espera completar el proceso en 2007, lo cual haría caducar a más de 220 millones de aparatos de televisión. Veremos en la pantalla televisiva lo que ahora encontramos en los cines, en los diarios y los libros, escuchamos por teléfono y en equipos de música o visitamos en museos.

El concepto de *lector* fue trabajado en el marco de una teoría de los campos, ya sea de forma restringida como lector de literatura (Iser, Jauss) o en sentido más sociológico como destinatario del sistema editorial (Chartier, Eco). Esa delimitación es aún más estricta cuando se incorpora al lector como personaje en obras tan diversas como la de Macedonio Fernández, que opone el lector artista (“el que no busca una solución”), o en la novela de Italo Calvino, en neta oposición al mundo televisivo.

La noción de *espectador*, si bien es más difusa, fue definida en relación con campos específicos al hablar de espectador de cine, de televisión o de recitales de música. Cada uno formado en una lógica diferente, moviliza disposiciones distintas

cuando va a ver una película, a una sala de conciertos o enciende el televisor.

Si hablamos de *internauta*, en cambio, aludimos a un actor multimodal que lee, ve, escucha y combina materiales diversos, procedentes de la lectura y de los espectáculos. Esta integración de acciones y lenguajes ha reubicado a la institución donde se aprendían las principales destrezas —la escuela— y redefine la autonomía del campo educativo.

Pierre Bourdieu y Jean-Claude Passeron argumentaron también la autonomía de la educación como una conquista de la modernidad. En las épocas premodernas se explicaba lo que no se conocía —tanto en la naturaleza como en la sociedad— apelando a fuerzas extrañas: Dios o el destino. Seres extranaturales eran invocados para poner orden en la naturaleza, los dioses se volvían competentes no solo en cuestiones religiosas sino en los desórdenes más cotidianos de la educación y la moral, esclarecían misterios del arte, los sufrimientos y los ejercicios arbitrarios del poder.

La modernidad modificó esta situación al buscar explicaciones distintas para cada proceso. Del régimen totalitario de los saberes míticos y teológicos pasamos a ciencias laicas que producen saberes específicos: conocimientos biológicos para la naturaleza, sociales para lo social, políticos para el poder y así con cada campo.

¿Por qué hemos perdido esta elemental regla metodológica, y por qué su abolición ha sido tan fácilmente aceptada? Las narrativas del siglo XX sugieren dos claves: el mundo se ha vuelto más complejo y más interconectado. Las “teorías” que proponían relatos para entender cómo se relacionaban los saberes específicos de cada campo —la economía con la educación y ambas con el arte y el poder— fueron incapaces de controlar los desórdenes (liberalismo clásico) o lo hicieron con un absolutismo a la larga ineficaz, que generó más descontento que soluciones (el marxismo). Entonces llega otra “teoría” que propone variar un poco las explicaciones del liberalismo, suprimir la autonomía que éste reconocía a los campos y la independencia de las naciones, y auspicia una nueva comprensión de la complejidad para un mundo cada vez más interrelacionado por intercambios mercantiles. Lo hace con principios demasiado simples, como convertir todos los escenarios en lugares de compra y venta. Si en la educación, en el arte, en la ciencia y en la política ocurren procesos distintos del intercambio de mercancías, son detalles que se

supone reductibles a lo que esos ámbitos tienen de mercado.

La educación ha ido cediendo autonomía al disminuir la importancia de la escuela pública y laica y crecer la enseñanza privada, que con frecuencia subordina el proceso educativo a competencias de mercado y se preocupa más por capacitar técnicamente que por formar en competencias culturales. En vez de formar a profesionales e investigadores para una sociedad del conocimiento, se entrena a expertos disciplinados.

Al mismo tiempo la escuela ve reducida su influencia: primero los medios masivos y recientemente la comunicación digital y electrónica multiplicaron los espacios y circuitos de acceso a los saberes y entrenamientos culturales. Aun la educación formal más abierta a la incorporación de medios audiovisuales e informáticos ofrece solo una parte de los conocimientos y apenas ocupa parcialmente las horas de aprendizaje. En las pantallas extracurriculares los jóvenes adquieren una formación más amplia, en la que conocimiento y entrenamiento se combinan. También se aprende a leer y a ser espectador siendo televidente e internauta.

Pero la oferta masiva de espectáculos no ofrece criterios para seleccionar y jerarquizar, ni vamos a encontrarlos en la acumulación incesante de Google o Yahoo. (A veces, ni siquiera garantizan la confiabilidad de la información.) Escuelas y universidades renovadas, con profesores entrenados en los nuevos lenguajes y destrezas, ¿ayudarían a discernir el valor de la información y los espectáculos y a pasar de la conectividad indiferenciada al pensamiento crítico?

Lectores

- De papiros, de sermones en los templos, de poesía en público, de discursos que les escribieron a los políticos, de periódicos leídos en voz alta a los trabajadores en las fábricas de cigarrillos;
- de libros, revistas, historietas, cómics, subtítulos de películas, *graffitis*, carteles publicitarios, anuncios luminosos, cartas que se envían por correo ordinario, instrucciones para usar una medicina o un aparato eléctrico;
- de información en Internet, *blogs*, cartas enviadas electrónicamente, faxes, microfilmes, mensajes en el móvil.

¿Por qué las campañas para promover la lectura se hacen solo con libros, y tantas nuevas bibliotecas incluyen únicamente impresos en papel?



Escuelas y universidades renovadas, con profesores entrenados en los nuevos lenguajes y destrezas, ¿ayudarían a discernir el valor de la información y los espectáculos y a pasar de la conectividad indiferenciada al pensamiento crítico?

Los estudios sobre consumos culturales ya no avalan preocupaciones de hace unos años: si van a desaparecer los libros y los periódicos o cómo lograr que los jóvenes lean más. Las cifras de lectura de libros, revistas y diarios en papel son bajas en la mayoría de los países, pero no siempre descienden. Un estudio de la Asociación Mundial de Periódicos indica que la circulación de diarios bajó en 2006 en Estados Unidos y algunos países europeos, pero aumentó en mucho más, un promedio de 2,3%, que sube a 4,6% si se agregan los gratuitos. Cinco años antes había 488 millones de lectores de periódicos en el mundo, y ahora se estiman mil 400 millones.

Los estudios reunidos sobre la situación argentina en el Sistema Nacional de Consumos Culturales, publicado en 2006, indican que 55,2% de la población afirma haber leído libros en el año anterior (19% más que en 2004), y la lectura promedio de libros leídos cada año subió a 4,5%. Dice que lee diarios 55,9% y 29,2% lee revistas. Son significativos, asimismo, los porcentajes de cómics e historietas, la lectura y escritura en Internet y el envío y recepción de mensajes de texto a través del móvil.

En 2005, Internet tenía 40,9% de usuarios, casi 28% dice haber consultado textos de lectura por ese medio y el porcentaje aumenta entre menores de 35 años y en los niveles socioeconómicos alto y medio. Aun quienes no tienen recursos para comprar un ordenador, consultan Internet fuera de casa, especialmente en ciberlocutorios.

En Colombia encontramos tendencias parecidas. Hay menos lectores de libros (36,9%), de diarios (31,5%) y más de revistas (32,4%). Los colombianos leían más libros en el año 2000, cuando declaraban seis al año, que en 2005, cuando el

promedio bajó a 4,5% libros al año. La única lectura que crece, anota Germán Rey, es la que se hace en Internet.

Quienes más leen en este medio son los jóvenes entre 12 y 17 años con un tiempo de 2,53 horas por día, casi igual al consumo televisivo. La lectura en Internet, concluye Germán Rey, “en vez de estar desplazando a la lectura tradicional, se está complementando con ella. En otras palabras: los que leen más libros son también los que leen más en otras modalidades como Internet” (Rey, 2006).

México dispone de datos más cualitativos gracias a la Encuesta Nacional de Juventud de 2005 y a la Encuesta Nacional de Lectura realizada en 2006. Encontramos que el ordenador, Internet, el móvil, la agenda electrónica, el Mp3 y los videojuegos están incorporados a los hábitos de 50 a 80% de los jóvenes. La posesión de estos recursos es mayor, por supuesto, en los niveles económicos altos y medios, pero también están familiarizados con los avances digitales muchos jóvenes a través de los cibercafés, la escuela y la sociabilidad generacional. Saben usar estos recursos más del doble que quienes los tienen: 32,2% de los hombres poseen ordenador y dicen manejarlo 74%; la relación en las mujeres es de 34,7% a 65,1%; poseen Internet 23,6% de los varones, en tanto 65,6% lo utiliza, y en las mujeres la distancia es mayor: de 16,8 a 55,9%.

La Encuesta Nacional de Lectura señala que casi la tercera parte de los mexicanos dijo usar el ordenador (31,6%), y de este grupo tres cuartas partes (76,5%) emplea Internet. La práctica más frecuente se registra entre adolescentes y jóvenes, y en los universitarios, con promedios más elevados en las grandes ciudades.

¿Para qué usan el ordenador e Internet? Hacer deberes escolares, estudiar, informarse y enviar o recibir mensajes están entre las actividades principales. Todas son formas de lectura y escritura. Disfrutar, oír música y jugar ocupan tiempos significativos, pero no son las prácticas más absorbentes.

Las pantallas de nuestro siglo también traen textos, y no podemos pensar su hegemonía como el triunfo de las imágenes sobre la lectura. Pero es cierto que cambió el modo de leer. Los editores se vuelven más reticentes ante los libros eruditos de gran tamaño; las ciencias sociales y los ensayos ceden sus estantes en las librerías a *best-seller* narrativos o de autoayuda, a discos y vídeos. En las universidades masificadas los profesores con treinta años de experiencia comprueban que cada vez

se leen menos libros y más fotocopias de capítulos aislados, textos breves obtenidos por Internet que aprietan la información. Disminuyen los “lectores fuertes” (extensivos o intensivos), en tanto aumentan los “lectores débiles” o “precarios”, que ante los “libros de adulto” sienten que les “roban el tiempo” y les mantienen inmóvil el cuerpo, “como una forma de muerte”: son las frases encontradas por una investigación francesa entre jóvenes (Le Goaziou, 2006).

Algunos sectores buscan logros sociales a través de recursos distintos a los de la cultura letrada. Otros reubican las publicaciones en circuitos y modos de información diferentes, en los que no se lee menos sino de otra manera. Los diarios reducen sus ejemplares, pero centenares de miles de personas los consultan cada día en Internet. Disminuyen las librerías pero aumentaron los cibercafés y los medios portátiles para enviar mensajes escritos y audiovisuales.

Se lee de otras maneras, por ejemplo escribiendo y modificando. Antes, con el libro impreso, era posible anotar en los márgenes o huecos de la página, “una escritura que se insinuaba pero que no podía modificar el enunciado del texto ni borrarlo”; ahora el lector puede intervenir el texto electrónico, “cortar, desplazar, cambiar el orden, introducir su propia escritura” (Chartier, 2007:205).

Quienes leen sin separar lo que en ellos es también espectador e internauta, leen –y escriben– de un modo desviado, incorrecto para los adictos a la ciudad letrada. ¿Acaso cuando no existían televisores ni ordenadores había una manera de ser lector normal? No se lee de igual forma a Cervantes, a Kafka, a Borges, a Chandler, a Tolstoi ni a Joyce; ni cada uno de ellos, que pusieron a tantos personajes a leer, los imaginaron idénticos, muestra Ricardo Piglia en su libro *El último lector*. ¿Qué crítico contemporáneo –ni siquiera los defensores de algún canon– pretendería que existe una sola forma de leer a estos autores? Piglia recuerda una frase de Beckett a propósito de quienes criticaban los textos finales de Joyce: “No pueden quejarse de que no esté escrito en inglés. Ni siquiera está escrito. Ni siquiera es para ser leído. Es para mirar y escuchar” (Piglia, 2005: 188).

Espectadores

Se aplica a quien asiste a un espectáculo público y lo “mira con atención”, dice la Enciclopedia Salvat, en su edición de



Algunos sectores buscan logros sociales a través de recursos distintos a los de la cultura letrada. Otros reubican las publicaciones en circuitos y modos de información diferentes, en los que no se lee menos sino de otra manera

2003. La palabra precedente, *espectáculo*, además de referirlo a función o diversión, “celebrada en un local o lugar en el que la gente se congrega para presenciarla”, es definida como “Acción que causa extrañeza o escándalo. Se usa especialmente con el verbo *dar*”.

Una etnografía que mire con atención lo que buscan los consumidores y lo que anuncian los diarios en su sección de espectáculos (o sea lo que se ve en televisión y en la vida privada de los artistas) registrará cuanto *no* sucede en locales donde la gente se congrega. Tampoco se limitan a esas páginas del periódico las acciones que causan extrañeza o escándalo: compiten las secciones de política y economía. Si la observación se aplica a las artes, *dar* solo es uno de los verbos empleados al hablar de espectáculos, junto a participar, financiar y “colocar un producto en el mercado”.

La propia etnografía, que se distinguió como la mirada más atenta a poblaciones diferentes y lejanas, ahora descalifica a los antropólogos que solo observan. Auspicia la investigación-participante y la investigación-acción.

Se pensaba que la noción de espectador cambiaba según el objeto o espectáculo, y la *distancia* que tenía con los actores: de la platea al escenario en el clásico teatro a la italiana, de la tribuna a la cancha en los estadios, del sillón de la casa a la pantalla televisiva. Hoy, aun dentro de un mismo arte, deporte o medio de comunicación, el lugar del espectáculo es inestable. No están fijos los actores en la sociedad, ni las obras que solo se contemplaban, ni la distancia entre unos y otras.

Se asemeja a lo ocurrido con la noción de espectador, lo que sucede con los lectores. Así como había una distancia co-

recta para ver los cuadros, un cierto silencio mientras duraba la obra teatral o la película, se enseñaba una lectura pausada, algo así como una contemplación del libro. Se creía saber qué eran un cuadro, una obra y un libro, y existían lugares, posiciones del cuerpo y espacios institucionalizados para mirarlos con atención. El recinto teatral o cinematográfico, el museo o la galería, la biblioteca o el sillón de la casa pretendían ser, cada una, escenas distintas y distantes de la vida real.

Ahora somos espectadores de lo que también ocurre en secciones del diario que no son la de espectáculos. Es habitual que al encender la televisión resulte difícil distinguir si lo que vemos es un tele-noticias o es *reality show*.

Como ser espectador ya no es solo asistir a espectáculos públicos o verlos en los medios, quedan rezagadas las críticas de Guy Debord y sucesores al capitalismo como “sociedad del espectáculo”, porque movilizan imágenes en el consumo mediático para controlar el ocio de los trabajadores y ofrecerles satisfacciones que simularían compensar sus carencias. La televisión, el cine y la publicidad continúan cumpliendo esa tarea, pero limitada debido a la espectacularización generalizada de lo social. Los *museos* (véase) y los centros históricos son redefinidos como lugares de exhibición de su arquitectura o de las operaciones reestilizadoras que los vuelven atractivos, con indiferencia de lo que contienen o representan. Lo que antes se llamaba planificación urbana y se concebía con el fin de atender a las necesidades sociales, incluso de los constructores, fue sustituida por el *marketing* urbano que destina la ciudad al turismo, a captar inversiones y competir con otras, más que por sus bienes o su cultura, por las imágenes y las marcas. Se nos convoca a ser espectadores de nuestra propia ciudad, y de las otras aun antes de visitarlas o aunque nunca lo hagamos, accediendo virtualmente a sus simulacros en la *web*.

Debemos revisar las sospechas sobre la propagación de espectáculos como estrategia anestesiadora de los oprimidos. Para repensar la crítica hay que hacerse cargo de que la resistencia también se despliega en actos espectaculares. Manifestaciones en las calles diseñadas para conseguir aparecer en los medios, protestas dramatizadas, cajeros de bancos y vitrinas de marcas transnacionales destrozados para hacer del espacio público una “pantalla pública” (Deluca y Peebles, 2002).

Así como en la espectacularización mediática insistente hay riesgos de bana-

lización, su adopción repetida como política de resistencia puede volverse efímera e ineficaz. Pero como dice Timothy Gibson, el espectáculo ha llegado para quedarse y “debería formar parte de toda definición progresiva de una calidad de vida urbana” (Gibson, 2005: 188).

Internautas

Si uno está en desacuerdo con críticos de cine del diario que compra, si vive en una nación donde las versiones oficiales que dan cuando se caen torres o explotan trenes le parecen poco fiables, gracias a Internet es fácil saber cómo ven cada asunto en los diarios, la radio y televisión de otros lugares.

No todo es estandarización. Se estrena la misma película en la misma semana y en más de cien países, se multiplican los migrantes asiáticos en Occidente y las empresas occidentales en Asia, los estilos uniformados de relación laboral parecen ir asemejándonos a todos. Pero con la globalización también vinieron Google y Yahoo, las enciclopedias virtuales, la oportunidad de acceder a diarios y revistas en pueblos a los que no llegan en papel y conocer libros y espectáculos donde faltan librerías, salas de concierto o de cine. Ser internauta aumenta, para millones de personas, la posibilidad de ser lectores y espectadores.

Las redes virtuales cambian los modos de ver y leer, las formas de reunirse, de hablar y escribir, de amar y saberse amados a distancia, o acaso imaginarlo. Otras formas de ser sociedad y de hacer política emergen en las “movilizaciones relámpago” o *flash mobs* (Rheingold). Convocadas por correo electrónico o por móviles, reivindicaciones desoídas por organismos internacionales, gobiernos y partidos políticos logran coordinación y elocuencia fuera de los medios.

Las tecnologías comunicacionales avanzadas también sirven para trastornar y destruir, como la circulación masiva de *spam*, los usos de móviles para realizar ataques terroristas islámicos en capitales occidentales y para que las mafias planifiquen y ordenen desde la cárcel secuestros o tomas de ciudades en América Latina. ¿Cómo no asociar esto con el origen de Internet en la investigación militar y con las guerras estilizadas como espectáculos de despliegue visual?

Más bien habría que preguntarse a quién no le sirve ser internauta: a los que hacen políticas culturales gutenberguianas, a las bibliotecas que no incorporan

ordenadores; a los que deseamos usarlos pero solo nos sirven a medias porque nos sentimos extranjeros frente a los nativos digitales, o preferimos el placer de escribir a mano. A quienes a veces desearían desconectarse y no pueden.

NÉSTOR GARCÍA CANCLINI

Es profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana (México) e investigador emérito del Sistema Nacional de Investigadores. En la editorial Gedisa ha publicado gran parte de su producción y dirige su colección Culturas.

Referencias

- APPADURAI, Arjun (1996): *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press, Minneapolis/Londres (Trad. Cast.: *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. México: Trilce-FCE, 2001).
- BOLTANSKI, Luc y CHIAPPELLO, Eve (2002): *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal, colección Cuestiones de Antagonismo.
- BOURDIEU, Pierre (1990): *Sociología y cultura*. México: CNCA-Grijalbo.
- (1999): “Una revolución conservadora en la edición”. En: *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- CALVINO, Italo (1999): *Si una noche de invierno un viajero*. Madrid: Siruela.
- CASTELLS, Manuel y otros (2007): *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*. Madrid: Ariel-Fundación Telefónica.
- CHARTIER, Roger (1999): *Cultura escrita, literatura e historia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lectures et lectures à l'âge de la textualité électronique*, http://www.text-e.org/conf/index.cfm?fa=texte&ConfText_ID=5, consultado el 5 de junio de 2007.
- COLLERA, Virginia: “No hay arte de antes y arte de ahora, todos somos contemporáneos”. En: *El País*, España. Cultura, miércoles 6 de diciembre de 2006.
- DELUCA, D. M. y PEEPLES, J (2002): “From public sphere to public screen: democracy, activism, and the violence in Seattle, critical studies”. En: *Critical Studies Media Communications, EUA*, vol. 19, n° 2.
- ECO, Umberto (1981): *Lector in fabula: la cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen.
- FEATHERSTONE, Mike y VEUN, Couze: “Problematising global knowledge and the new encyclopaedia project”. En: *Theory, culture and society, problematising global knowledge: special issue*, EUA, SAGE

Publications, vol. 23, n°s 2-3, marzo-mayo de 2006.

- FOUCALULT, Michel (1978): *Las palabras y las cosas*. México: Siglo XXI.
- GALILEA, Carlos: “Un ministro inspirado por la ética ‘hacker’”. En: *El país*, España. Cultura, miércoles 28 de febrero de 2007.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (coord.) (1994): *Los nuevos espectadores, cine, televisión y vídeo en México*. México: Imcine-CNCA.
- GEERTZ, Clifford (1996): *Los usos de la diversidad*. Buenos Aires-Barcelona-México: Paidós, ICE/U.A.B.
- GIBSON, Timothy A (2005): “La ville et le ‘spectacle’: commentaires sur l’utilisation du ‘spectacle’ dans la sociologie urbaine contemporaine”. En: *Sociologie et sociétés, le spectacle des villes*. Montreal: Les presses de l’Université de Montreal.
- HANNERZ, Ulf (1996): *Conexiones transnacionales*. Madrid: Frónesis Cátedra Universitat de Valencia.
- HUGHES, Robert (1992): *A toda crítica: ensayos sobre arte y artistas*. Barcelona: Anagrama.
- HUYSEN, Andreas (1995): *Twilight memories. Marking time in a culture of amnesia*. Nueva York y Londres: Routledge.
- Le GOAZIOU, Véronique (2006): *Lecteurs précoces. Desjeunes exclus de la lecture?*. París: L’Harmattan.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2001): *La educación desde la comunicación*. Argentina: Grupo Editorial Norma.
- MERLEAU-PONTY, Maurice (1957): *Fenomenología de la percepción*. México: Fondo de Cultura Económica.
- PIGLIA, Ricardo (2005): *El último lector*. Barcelona: Anagrama.
- QUEVEDO, Luis Alberto: “Portabilidad y cuerpo: las nuevas prácticas culturales en la sociedad del conocimiento”. En: *Seminario sobre desarrollo económico, desarrollo social y comunicaciones móviles en América Latina*. Buenos Aires, UOC y Fundación Telefónica, 20 y 21 de abril de 2007.
- REY, Germán: “¿Qué está pasando con la lectura en Colombia?”. En: *Lecturas Dominicales*, Bogotá, *El Tiempo*. Diciembre de 2006.
- SCHIFFRIN, André (2001): *La edición sin editores*. México: Era.
- (2006): *El control de la palabra*. Barcelona: Anagrama.
- SMIERS, Joost (2006): *Un mundo sin copyright. Artes y medios en la globalización*. Barcelona: Gedisa.
- WINOCUR, Rosalía (2006): “Procesos de socialización y formas de sociabilidad de los jóvenes universitarios en la Red”. En: *El consumo cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- YÚDICE, George (2007): “Economía da Cultura no Marco da Proteção e Promoção da Diversidade Cultural”. EUA: New York University.

Inconformes con el espacio

La lectura y la ciudad en el siglo XXI

Se trata de un ensayo que hace una reflexión sobre el acto de leer. En ese sentido, el autor llega a decirnos casi de manera concluyente, que leer no es solo vivir la experiencia de lo narrado, es también que lo narrado sufra la experiencia de mis propias intervenciones. Desde ese principio, que actúa como un axioma para el autor, intenta hacer un ejercicio de leer la ciudad como espacio simbólico que ella es. Espacio que se interviene a partir de mi lectura y de mis experiencias.

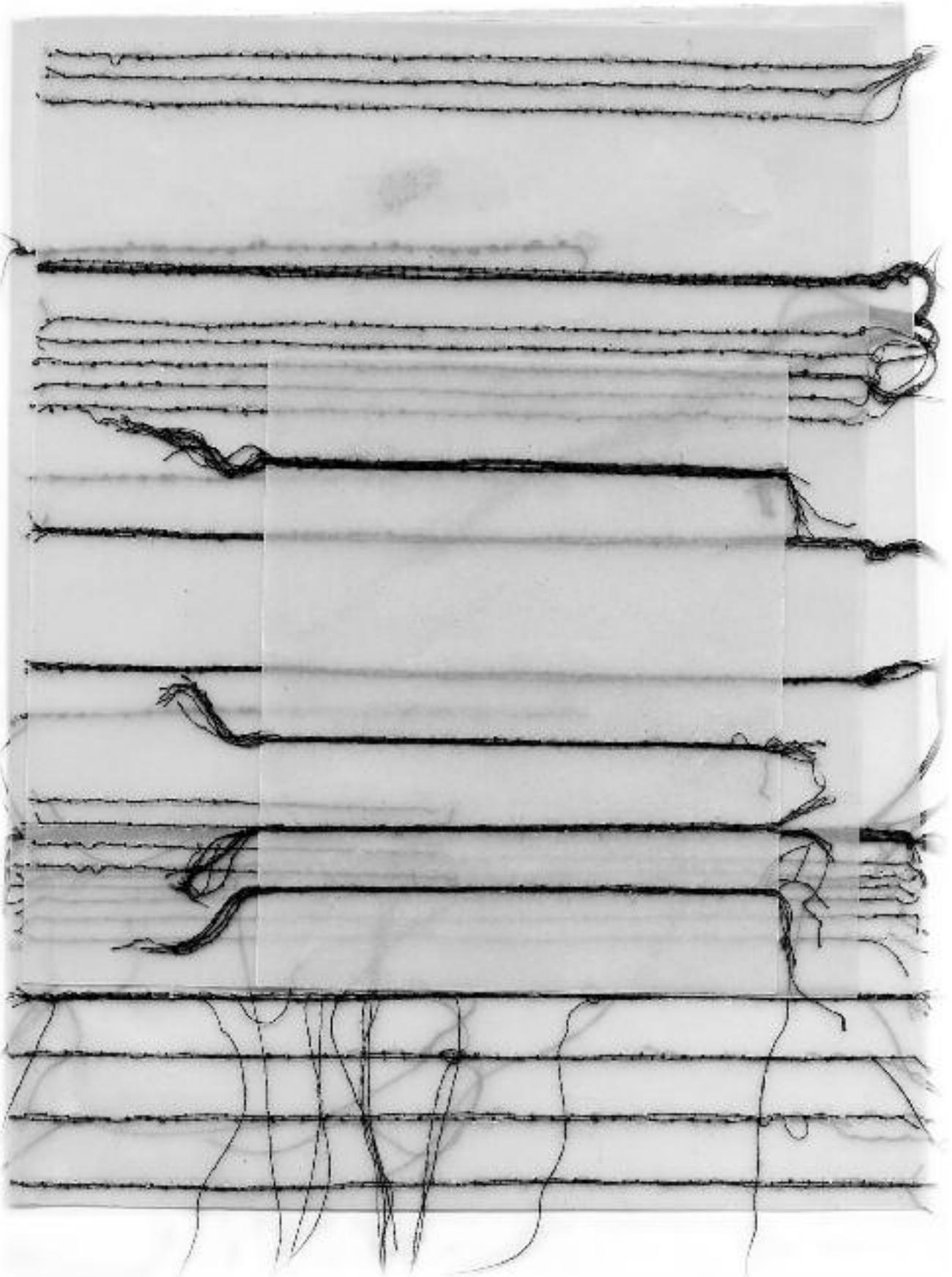
■ HUBERTO VALDIVIESO

De todo lo que puede decirse sobre la lectura me quedo con una idea de Roland Barthes (1987): “la lectura sería precisamente el lugar en el que la estructura se trastorna” (p.49). Leer, en este sentido, no es una disciplina sino una forma de deseo y de lucha. No es un asunto de la vista sino de todo el cuerpo. No es un acto mecánico sino una experiencia. Tampoco es un registro del orden del contenido sino una intervención subversiva del pensamiento y los sentidos sobre el texto. Por esa razón, en verdad, lo más inquietante de una lectura no es el recorrido que el ojo hace a través del patrón lineal de las sintaxis ordenadas; son, más bien, las distorsiones provocadas en el espacio y en el tiempo por nuestras interrupciones: agotamiento, risas o lágrimas, incomodidad, comodidad, movimientos de concentración, sed, pausas de pensamiento o la necesidad de ir atrás para volver a una pista, o hacia delante buscando la próxima pausa. Comentarios al margen, ideas alternativas, subrayados, apropiaciones, citas, relaciones conceptuales; es decir, el cúmulo de todo aquello que nos quedamos después de leer: la experiencia y la interpretación. Sin embargo, no termina ahí; en la frontera de nuestra individualidad. El performance de la lectura continúa en las discusiones, en la crítica y en las redes donde llega a expandirse. El efecto producido por la suma de esas experiencias e intercambios es el sentido de lo trastocado, de eso que nos relaciona con un texto.

La lectura siempre es una distorsión en doble vía: inevitablemente quedan afectados el texto y el lector. Ambos sufren la conmoción del espacio y del tiempo que,

necesariamente, se reacomodan en esa relación. De hecho, leer es estar inconforme con el espacio y esto parece reafirmarse cada vez más en el mundo contemporáneo. Por ejemplo, cuando se trata de textos de ficción, muchos se apresuran a señalar el ensamblaje de la historia como un absoluto: la fuerza de su estructura, los campos semánticos del contenido –social, moral, político o psicológico entre otros– y cómo nos involucramos dentro del ímpetu de su cause. Esto ciertamente es esencial y no tengo duda de que lo seguiré siendo. Steven Pinker aclara que “la narrativa es una manera de explorar el vasto espacio de las relaciones humanas en el recinto seguro de la mente” (Lago, 2012). Sin embargo, ¿acaso podemos entender que esta fuerza de la narrativa está reñida con la experiencia del cuerpo, del espacio donde nos movemos durante una lectura o de las conexiones entre ambos? El psicólogo de la universidad de Harvard también explica que “la inmersión en mundos imaginarios nos permite acariciar la posibilidad del milagro, la magia, la posibilidad de ampliar los límites del mundo violentando las leyes de la física, de la lógica y la psicología” (Lago, 2012). El asunto, entonces, es si podemos hacer de la totalidad de toda nuestra experiencia una vía para acariciar esas posibilidades. No dejarla en la mente y permitir que ocupe todo los espacios de nuestro ser y de las relaciones que ha cultivado.

La escala actual de percepción humana, no la que lidiaba con la existencia de un cosmos inmóvil, seguro y de dimensiones determinadas; sino la que tenemos hoy, nos revela el espacio como una consecuencia de lo transformable, lo



transitorio, lo provisional e incluso lo mercadeable. Ya desde el impresionismo estaba claro que el esfuerzo por representar el paso del tiempo era un ejercicio compartido con el espectador. La lectura de la ciudad moderna en los cuadros de Camille Pizarro –en el Boulevard Montmartre por ejemplo– estaba condicionada por la fugacidad del instante. Desde ese momento, quizá un poco antes, la representación ha ido liberándose de la acumulación de sucesiones cronológicas, de conceptos centrales y de la identidad del poder.

Más allá del arte, si evaluamos un poco las condiciones de la cultura popular, en los efectos de nuestra realidad signada por el espectáculo y en los modos de la tecnología digital –aunque desde hace unos años se esté hablando de una cultura post-digital– sería necesario señalar que el tiempo de la lectura no es una marca sino un desplazamiento. Ya lo había intuido Walter Benjamin al señalar la pérdida del aura del objeto estético. Y es que el aura como la entiende este filósofo alemán es un sello, una señal, una huella, un faro que hoy no podemos percibir en el arte o en la comunicación porque el tiempo no es el sistema sino su dispersión.

Lo que nos define hoy como lectores ni siquiera es lo efímero –algo tan valioso para el performance y la improvisación en las acciones de los artistas de Fluxus por ejemplo– sino la permanencia de la acción. ¿Qué quiere decir esto? Justamente que el tiempo no es fugaz sino que permanece, en todas sus posibilidades, mientras es el ser humano quien se desplaza por sus alternativas a través de la acción. Por ejemplo, en las redes sociales nos movilizamos por el pasado, el presente y el futuro sin ponderar sus diferencias. En Facebook está la gente que conocimos alguna vez y dejamos de ver durante años; tal vez no les hablamos pero permanecen en nuestra temporalidad virtual. Están las interacciones del presente y nos encontramos a seis pasos de cualquiera de nuestros futuros posibles: amistades, relaciones, negocios, trabajos o estudios que circulan tal como lo hacemos todos en la red. Si revisamos los avances en realidad aumentada –en el anterior número de *Comunicación* (161) hay un excelente artículo de Isabel Pérez-Segnini– hallamos, también, esta nueva condición del tiempo. La historia, no obstante, dejó de ser una lectura en retrospectiva. Los dispositivos digitales funden la acción del pasado con el presente: puedo caminar por Londres y fusionar con mi presente los estragos de la



***Lo que nos define hoy
como lectores ni siquiera es
lo efímero –algo tan valioso
para el performance y la
improvisación en las acciones
de los artistas de Fluxus por
ejemplo– sino la permanencia
de la acción.***

Segunda Guerra Mundial, puedo recorrer un bosque rodeado de dinosaurios o sentarme en un parque y participar de un concierto ocurrido cinco años atrás. En este sentido, leer no es sólo vivir la experiencia de lo narrado, es también que lo narrado sufra la experiencia de mis propias intervenciones.

La lectura, la ciudad

Los estudios en comunicación han dejado claro que la ciudad es, también, un espacio simbólico, por lo tanto, un ámbito de lectura y escritura, de intercambios sensoriales y de relaciones semióticas. Los estudios de consumo cultural, por ejemplo, nos ofrecen una perspectiva simbólica del ser humano, de sus miradas y apropiaciones, de las narrativas que lo seducen tanto en las artes como en las manifestaciones populares y, en fin, de la mixtura mediática que compone su identidad urbana. Los transeúntes del siglo XXI son seres sincronizados con la permanente mutación de los medios y de la tecnología. Pero también con las constantes actualizaciones de las paredes asediadas por el graffiti y las distintas manifestaciones del arte callejero, con las sensibilidades culinarias, con los olores, colores, emociones y temperaturas; con las transformaciones del cuerpo desde el tatuaje hasta las prótesis estéticas y con las diferencias del habla en los distintos sectores de una ciudad. Marcelino Bisbal (2001), refiriéndose a la ciudad y el consumo cultural, afirma que:

La historia del presente se construye –o reconstruye, diría alguien– en las pantallas de cine y televisión, en las páginas de diarios y revistas, incluso los libros como ‘artefactos’ mediáticos que son, en la consola del computador personal y en

fin, en todo el complejo sistema de comunicación conformado hoy por las industrias culturales (p. 88).

Usualmente nos apresuramos a señalar, en nuestra primera reacción frente a la conexión del ser humano con el carácter simbólico de la ciudad, que los espacios están llenos de signos provenientes de la publicidad, de las leyes, de la arquitectura, del arte y de la moda entre otros. Y esto, efectivamente, es cierto. Sin embargo, puede no ser lo fundamental. Es indispensable admitir que la fuerza determinante de ese espacio simbólico urbano se manifiesta gracias a que todo eso está circulando junto a las palabras, los gestos, las distancias y, en su conjunto, a los modos de interacción humana. También que, a su vez, ese extraordinario sistema de funciones semióticas está interconectado a lo digital. Entonces, es un problema de movilidad, de fuerzas activas, de operaciones múltiples y no de formas, formatos, técnicas y materiales. Leer es subsumirse en esa combinación de tensiones.

Si deseamos visualizar mejor esta idea podemos comparar la complejidad de ese espacio imbricado por múltiples relaciones superpuestas con los penetrables de Jesús Rafael Soto. Al entrar en esta obra el cuerpo, el espacio y el tiempo adquieren un nuevo sentido. Lo hacen al activarse el efecto del movimiento, la mutación y la experiencia del instante. En sus estructuras el problema no es el objeto: las varas de metal y la geometría donde se agrupan. La obra aparece cuando el ambiente en su conjunto queda perturbado, cuando la vibración de todos los planos de existencia material e inmaterial se activan. En fin, cuando ese estado alterado nos ofrece una lectura heterogénea de la existencia.

El artista mexicano Rafael Lozano-Hemmer (2012) tiene una propuesta llamada *Shadow Object*, la cual también podemos tomar como ejemplo para esta adquisición. En específico haré referencia a la obra *Bifurcation*. Se trata de una instalación interactiva en la cual una rama suspendida en el espacio, a manera de un móvil, proyecta la sombra completa del árbol de donde proviene. Al tocarla giran coordinadamente objeto y sombra en una operación que combina rama, árbol, humano, máquina, luz y software. Sin embargo, más allá de esos componentes, su sentido está, justamente, en la vinculación de aquello que podemos encontrar no en el sistema sino en su profundidad: la idea de que lo presente y lo ausente no son

opuestos. Pensamiento que el artista ras-
tea en Octavio Paz y en Bioy Casares.

Como en estas obras la experiencia
producida en nuestro tránsito por la ciu-
dad es un performance; un doble ejercicio
de lectura y producción, de visibilidad e
invisibilidad, y de alteración del espacio
compartido. El lector modifica, aumenta
y realiza nuevas conexiones. La densidad
del espacio va “in crescendo” y a diferen-
cia del carácter fugaz de la oralidad o de
su relación con la memoria en el mundo
antiguo, en este caso, a través de las redes
sociales, todas las acciones generan nue-
vos contenidos.

Ciudad holográfica, no geométrica

La ciudad tuvo, en muchos casos, un ori-
gen geométrico. Había un centro que le
daba orden e identidad, y a partir del cual
se desplegaba la cuadrícula urbana. Desde
ese “omphalos” los monumentos funda-
cionales civiles y religiosos proponían
lecturas ordenadas de la vida. Las narra-
tivas estaban sostenidas por el discurso del
poder. Hoy, de eso pareciera quedar sólo
el simulacro. Al menos así lo entiende
Félix de Azúa (Hernández, 2007) al afir-
mar que “los centros, convertidos en la
imagen de su propia imagen, son el logo
de la ciudad. Una ciudad sin un centro es-
cenográfico lo pasará muy mal en los pró-
ximos años” (p. 15). Asimismo, según la
perspectiva de Ascensión Hernández
(2007), la ciudad contemporánea es el es-
pacio de la simulación, la clonación y las
versiones gracias a que en la arquitectura,
como en casi todo, la copia se ha conver-
tido en un modo de representación cultu-
ral válido, certero e indispensable. La
copia no sólo multiplica lo dicho sino que
le da densidad bien sea debido al ruido o
a la nitidez. No importa si una copia gana
o pierde información, siempre será un es-
pacio espeso, con mucha masa, lleno de
contenidos que pueden ser confusos o
pueden saturarnos de datos. La baja reso-
lución hace de los espacios borrosos un
ingrediente importante en la lectura: la
complica, la ralentiza y nos la presenta
forzada. La alta definición, paradigma del
consumo audiovisual del siglo XXI, au-
menta la cantidad de información en
bytes. Una y otra constituyen un ecosis-
tema de relaciones.

En el proyecto *Netropolis* de Michael
Najjar la fusión digital de las múltiples
perspectivas de las megalópolis del pla-
neta –Berlín, Beijín, Dubai, Hong Kong,
Londres, Los Ángeles, Ciudad México,
New York, París, Sao Paulo, Shanghai y



***La copia no sólo multiplica
lo dicho sino que le da
densidad bien sea debido
al ruido o a la nitidez.***

***No importa si una copia gana
o pierde información, siempre
será un espacio espeso***

Tokio— transforma el paisaje en una com-
plicada retícula de relaciones visuales. La
contextura heterogénea de esas urbes es
replanteada a partir de la imbricación de
numerosas capas superpuestas. En este
trabajo de Najjar la densidad de informa-
ción es muy alta. El problema no es geo-
métrico sino telemático. No obstante
hace, a la vez, posibles y probables todas
las dimensiones. Ninguna es absoluta y
aún así cada una de ellas en esa superpo-
sición es posible.

Otro ejemplo de la sustitución de la geo-
metría urbana por la telemática podemos
extraerlo ya no del arte sino de la cultura po-
pular, específicamente de ese sub-género
de la ciencia ficción que es el cómic. En el
filme *The Dark Knight* de Christopher No-
lan, el multimillonario Bruce Wayne crea
una máquina que convierte a cada teléfono
de Ciudad Gótica en un micrófono adscri-
to a una compleja red informática que usa-
rá para que su alter ego Batman atrape al
Guasón. De esta forma, la ciudad amena-
zada y colapsada por el terrorismo de su ar-
chienemigo dejará de ser el espacio urbano
del trazado geométrico para convertirse en
una gigantesca red digital. Una y otra son
verdad. La primera está formada por áto-
mos, la segunda por bytes. El artilugio di-
gital es una suerte de GPS hecho a partir del
intercambio de data y voz de todos los usua-
rios.

Entonces, más allá de su planificación
urbanística y sus formas arquitectónicas,
la ciudad de la comunicación, de las hi-
perrelaciones semióticas, de la vibración
simbólica, de la data que circula –la cual
no debemos confundir con la materialidad
de las interfaces tecnológicas— podemos
asumirla como una suerte de holograma
multidimensional. Una estructura similar
al modelo que elaboró David Bohm en su
descripción cuántica del Universo. “Todo

interpenetra (sic) en todo” afirmó este fí-
sico norteamericano y eso, también, po-
demos sostenerlo con respecto a la condi-
ción contemporánea de la lectura-escri-
tura de la ciudad. Al menos podemos asu-
mirlo como una metáfora del tejido ur-
bano donde nos encontramos en el siglo
XXI.

¿Acaso cada ser humano constituido
en nodo no es similar al sistema de la to-
talidad de la red? ¿Las modificaciones
que hacemos de la densidad de la data en
el espacio de una ciudad nos modifica
también? Pensemos en las aplicaciones de
GPS para móviles tipo *Waze*. Cada ciuda-
dano que circula por las calles es un nodo
en el complicado andamiaje del tránsito.
A través de la aplicación el usuario está le-
yendo la contribución que todos los con-
tactos hacen y a la vez está escribiendo su
experiencia por la ciudad. Tanto lo que lee
como aquello que escribe –con textos e
imágenes— influye en la forma del sistema
y en la de su circulación. Uno y otro están
imbricados en la misma textura de la ciu-
dad. Sin embargo, esa escritura –y he ahí
uno de los elementos más relevantes de la
relación comunicación-ciudad en nuestra
era—, no es sólo la de la palabra o la ima-
gen, también es la de la circulación. La
movilidad de los usuarios de la red por las
avenidas le va dando forma al tránsito que
vemos reflejado en la interfaz. Es decir,
aquello que leemos es también el efecto del
transitar.

Algo similar ocurre con las interven-
ciones de arte urbano. Me voy a permitir
abordar una que realizó la diseñadora y ar-
tista Teresa Mulet en el Boulevard de
Catia en Caracas. Sobre una pared man-
chada por graffitis políticos, restos de car-
teles y una pintura azul desgastada ella co-
menzó, paulatinamente, a pintar en estén-
cil la palabra *caminar*. Lo hizo de forma
repetida y en color blanco; una y otra vez
hasta “obtener un espacio lleno-blanco,
que evidencia el vacío”. Ese espacio es el
efecto de la relación del tránsito del ciu-
dadano y de la acumulación de la palabra
caminar en el espacio.

La metrópolis de las relaciones se
construye circulando y nosotros leemos el
efecto de esa circulación. Mulet, en otra
propuesta hecha para la Galería *El Anexo*
y titulada *Cada-ver-es. Cada-vez-más*,
imprimió una y otra vez sobre plástico
negro la silueta de un cadáver tal como lo
dibuja la policía sobre el asfalto. Capa
sobre capa, por la acumulación de lo
mismo, la silueta termina transfigurada en
una abstracción blanca. Es una metáfora
del efecto de los crímenes hechos en Ca-

racas, una de las ciudades más violentas del mundo. Por amontonamiento de cadáveres la muerte individual se pierde en la data inmanejable de todas las semanas: estadísticas, palabras oficiales, quejas políticas, miedo de los ciudadanos, publicidad de empresas de seguridad, leyes, graffitis, mensajes, llamadas y todo lo que circula simbólicamente alrededor del problema de la inseguridad.

Narrativas múltiples

Margarita D'Amico ha afirmado, en sus investigaciones sobre comunicación y estéticas contemporáneas, que la cultura del siglo XXI ha sido invadida por una nueva generación de creadores. Se trata de grupos heterogéneos y de personas independientes que provienen de distintas disciplinas humanísticas, científicas y tecnológicas. No tienen un método común, no los define una técnica y no podemos agruparlos sobre un nombre, estilo o manifiesto unitario. Están dispersos por todo el planeta y en general no existe una relación directa entre ellos. Sin embargo coinciden, inmersos en su dispersión, en la extensa trama de convocatorias en la que se movilizan como una suerte de bohemia digital.

Esos “neo-bohémien” ya no problematizan la caída del Muro de Berlín, el fin de la historia o el *potlatch* posmoderno. Para ellos lo híbrido, la paradoja, lo trans, la apropiación, la saturación y la mundialización han perdido su halo de novedad. Semejantes categorías, entre otras, ahora son parte de su natural ecosistema creativo, de sus relaciones sociales y del modo como practican los rituales propios de la techno-civilización global.

Taiye Selasi, escritora y fotógrafo, se autodefine como “afropolitán”. Con este término busca expresar la dificultad que implica tratar de delimitarla como artista, como ciudadana y como deudora de una cultura: “nadie me reclama como suya: nunca soy lo suficientemente británica, lo suficientemente afroamericana o lo suficientemente africana para satisfacer a quienes encuentran diversión en el tema de la identidad” (Jurado, 2013). Para Teju Cole, también escritor, la identidad pareciera un problema que se resuelve aceptando la ambigüedad y haciendo énfasis en ella:

En la cuestión de mi origen, me muevo entre dos mundos: nací nigeriano y nací americano. Creo que esto invalida todas las alegaciones de pureza y lealtad abso-



Definitivamente, las narrativas que desarrollan estos nuevos bohemios están desplazadas de cualquier centro. Se trata de discursos en tránsito

luta. Siempre he comprendido que somos, primero y sobre todo, humanos y que el país de uno es una cuestión de accidente histórico (Jurado, 2013).

Sin embargo, ese problema no es sólo un asunto de ciertas miradas autorreflexivas, la mayoría de los creadores lo comparte. Definitivamente, las narrativas que desarrollan estos nuevos bohemios están desplazadas de cualquier centro. Se trata de discursos en tránsito como los hallamos en *Instrucciones para leer este libro* de Fedosy Santaella, en los ambiguos ejercicios creativos de *El blog de los hermanos Chang* (<http://hermanoschang.blogspot.com/>) y la propuesta de media art de *elreplay.com* (<http://www.elreplay.com/>).

La *bohemia hipermediática*, como D'Amico ha denominado a esa generación, habita una tecnosfera donde lo natural es la dispersión interpretativa de los medios, los significados inestables, la multiplicación de interfaces, las identidades variables y la voluntad de poner en crisis cualquier sintaxis estandarizada. Más que la vanguardia buscan el test, la prueba; su actitud no es de quien está innovando sino experimentando. Son, si los pensamos desde McLuhan, unos “testeadores” antiambientales. Paul D. Miller, aka DJ Spooky, aborda los procesos de salida de sus propuestas desde el concepto de “obra total”. Una idea que desestabiliza, desprograma y, por lo tanto, rompe con el ambiente impuesto por la hiperespecialización del pensamiento tecnócrata.

I'm in the process of editing my first two nonfiction anthologies, Sound Unbound and Rhythm Science. I'm going to have multimedia, I'm going to have web, I'm going to do a limited edition CD, I might want to do some performances around them. That's what Wagner was trying to do with the whole idea of the Gesamtkunstwerk [“total artwork”]. But that approach is actually more of an African

kind of thing in general. In Europe, because of the specialization trip, you had to specialize and just do one thing. But why? I guess I'm just deprogramming out of the specialization thing. Why not have a book that can be HTML code, or a building that's a symphony, or whatever? (Davis, 2013).¹

El artista Rafaël Rozendaal, en la pantalla led más grande del mundo en Seúl, mostró una selección de sus websites. Obras que pueden circular en cualquier espacio porque, en verdad, las determina la movilidad. La ciudad fue otro nodo en la red tal como lo es una tablet, un iPod o un teléfono celular. La definición es una estación inexistente dentro de esa inestabilidad. En un post publicado en su blog, a partir de la pregunta *How could you define an “#internet #artist”?* realizada en Twitter por @idaumentata de Filippo Lorenzin propone la siguiente reflexión:

Complex.com recently posted an article called “25 Internet artists you need to know”.

@idaumentata asked on Twitter:

How could you define an “#internet #artist”?

Here is how I feel about it:

Cultural categories can be helpful to discover things, but we shouldn't take them too seriously.

Art can't be defined. Try it. It can't be done. We all kind of know what it is but no one really knows. No one really knows what happiness is either. The moment you know it, you're not really happy. When you're really happy, you're not thinking about happiness.

The internet can't be defined either. It's part of our subconscious and dreams and daily lives and relationships and business and family and identity... it's everything (Rozendaal, 2013).²

La crisis de las categorías, la provisionalidad de los conceptos, la oscilación de las identidades y las estéticas en tránsito ya son comunes a las ciudades contemporáneas. Están en el contexto de nuestros modos de lecturas y escrituras urbanas. Las *narrativas transmedia* definidas por Carlos A. Scolari (2013) van en esta dirección. Una narrativa puede comenzar en un libro, un comic o en el cine y llegar hasta un parque temático, un videojuego o un producto de diseño industrial. Para él está claro que las “narrativas transmedia se saben donde comienzan pero nunca

dónde acaban” (Scolari, 2013). También las propuestas de activismo ciudadano generan paisajes sobre los ya existentes ayudando a aumentar la complejidad, la distorsión de lo evidente y la proliferación de lecturas.

En Caracas el fenómeno de los ciclistas, corredores, caminantes exploradores de la arquitectura y la gastronomía ha hecho un aporte en este sentido. Todos se han ido abriendo paso por los espacios cívicos ya cargados de significado para ofrecer lecturas diferentes, historias provocadoras e incluso nuevas relaciones de identidad y de comunicación. Su acción no es únicamente el recorrido o el contenido conceptual de su búsqueda, es también la ciudad que están narrando con la aparición de esos circuitos y la que están leyendo para luego multiplicar en palabras, imágenes o propuestas de transformación de las calles, las ordenanzas y la arquitectura. Nelesi Rodríguez y María Ignacia Alcalá del colectivo *bicimamis* (<http://bicimamisvenezuela.tumblr.com/>) –y colaboradoras de esta publicación– junto a la fotógrafa Adriana Loureiro hicieron un test ambiental de la experiencia ciudadana de las ciclistas. Sus imágenes no son una crónica sino el performance visual de la transformación del cuerpo en relación a la bicicleta, al activismo y al redescubrimiento de las calles. Es un ejercicio de empoderamiento feminista totalmente simbólico. Las acciones que emprenden –las cuales cruzan diferentes formatos: texto, audiovisual, fotografía– no buscan el centro sino la visibilidad de lo alternativo: “eso es lo que te hace el ciclismo como mujer: te hace más real” afirma Nelesi sobre su experiencia a pedal.

Lectura, ciudad, data, inflación

Una de las grandes complejidades contemporáneas la ha provocado el crecimiento explosivo y sostenido de la data. Aunque luce como un desbordamiento de información y, tal vez, un problema, no ha dejado de ser, asimismo, el motor de novedosas disciplinas de investigación, negocios e inversiones. También ha producido una estética emergente en las aplicaciones que se hacen del manejo de esa “big data” en arte y diseño.

La forma de ese “estirón” que, inevitablemente, involucra, relaciona y afecta tanto a átomos como a bytes –a diferencia de aquellos estudiados en las estructuras tradicionales como sintaxis, semiosis ilimitada y rizomas– es similar a una inflación continua. No es, por lo tanto, un sis-

tema geométrico u orgánico. No es una evolución, un sistema lineal, una mutación o una revolución. Se trata de la dilatación del espacio en el cual se ha expandido toda la información. La metáfora que puede ayudarnos a comprender esto la derivamos de la teoría inflacionaria del Universo propuesta por Alan Guth.

Imaginemos que la expansión de la data es producto de una “semilla” inicial, densa y caliente, contenedora de todo aquello que alojaba la cultura antes de la era digital. Es decir, lo que guardaban los libros, las obras de arte y el formato incipiente de los medios radioeléctricos. Visualicemos que esa densidad primaria, de un tamaño ínfimo con respecto a la información que hoy manejamos, fuese capaz de contener toda la masa y energía de nuestro universo cultural. Y que, de pronto, salió despedida hacia afuera en una expansión insólita gracias a la explosión producida por el desarrollo de la tecnología y la comunicación contemporánea. Estaríamos, entonces, frente a una fuerza inflacionaria que en pocos años ha multiplicado de forma extraordinaria la data que constituye nuestra realidad.

Semejante inflación ha alterado nuestra apreciación de los sucesos del mundo y, por lo tanto, nuestra lectura sobre él. De ahí que lo ampliado, lo hiper, lo *big*, lo mega y muchas otras escalas superlativas dominen nuestra relación con la realidad. No quiere decir que las cosas han crecido. El problema, en verdad, es cómo se ha ampliado, a niveles extraordinarios, la imagen de la realidad y con ella la densidad de información donde nos movilizamos. Por ejemplo, el asunto no es una mayor densidad demográfica en el planeta sino un mayor número de personas conectadas a las redes sociales haciendo más densa y amplia la estructura de datos que nos habla de esa realidad.

Los cambios de percepción veloces traen consigo las crisis. Si hay algo que caracteriza la relación del lector con los estímulos urbanos, de su realidad inmediata y global, es una lectura inestable. Por supuesto, eso complica la posibilidad de adentrarse oportunamente en la reflexión crítica, el discernimiento y la seguridad. Somos lectores inseguros debido a que esas provisionalidades llamadas Caracas, Lima, Buenos Aires, Brasilia o Tegucigalpa son, a su vez, textos accidentales, transitorios y sometidos a las variaciones que en nuestra escala perceptual ha introducido esa inflación. Las ciudades ya no son enciclopedias, obras completas o colecciones que nos brindan la vigencia

eterna de una identidad. Tal vez en algún momento tuvieron la intención de serlo pero ya no es posible. No se trata solo de la transformación o renovación de sus espacios. Imaginemos que las ciudades son textos y que por unos segundos levantamos nuestra mirada de la hoja donde estamos. Cuando volvemos nuestra vista sobre la página el texto ha crecido desproporcionadamente y ya no podemos encontrar la línea donde estábamos. De eso se trata lo que ocurre con frecuencia hoy en día. Ciertamente, la historia en su conjunto nos ha dejado claro el carácter dinámico de las ciudades en todos los sentidos; no obstante la vertiente que quiero explorar aquí va mucho más allá de lo arquitectónico y urbanístico. Es por eso que mi intención se aparta de los criterios de etapas y estilos, y apunta a su formato de borrador a partir, aproximadamente, del último cuarto del siglo XX.

Hoy las metrópolis son textos siempre incompletos. Están asediadas a diario por enmiendas, tachaduras, adendas y proyectos por hacerse. A la vez que leemos vamos escribiendo y acumulando. No podemos siquiera definirlos como versiones pues en realidad son bocetos. Como ciudadanos vivimos inmersos en narrativas que se cruzan unas con otras, que nos afectan y de las cuales no podemos separarnos. El mundo, visto de esta forma, es un espacio de edición y colaboración. Las actuales ofertas de trabajo, pensamiento y revisión apuntan a esa dirección. Este año, por ejemplo, se ha llevado a cabo en Madrid un evento titulado *Libre Graphics e Interactivos? 13: Herramientas para un mundo legible y editable*. Los organizadores del evento, entre los que se encuentra el Medialab-Prado, entienden que en la lectura-escritura contemporánea el usuario es a la vez consumidor y transformador. Diseñar contenidos conlleva en sí mismo la idea de compartir y dejar el código abierto para la transformación. En una línea conceptual parecida el artista italiano Salvatore Iaconesi realizó una obra de código abierto llamada *La Cura*. Después de “crackear” la data clínica de su propia enfermedad –tumor cerebral– y extraerla de los sistemas médicos la puso a disposición de todo el planeta en un siteweb. Desde ahí lanzó la pregunta: ¿qué pueden ofrecerme para curar mi enfermedad? Iaconesi, hizo del tratamiento de su cáncer una fuente abierta y compartió con todos la data que iba llegando: informes clínicos, modelos 3D especializados, estudios científicos, recetas, poemas, imágenes, y videos entre muchos otros. Su en-

fermedad se volvió una lectura-escritura colectiva de la cual él afirma: “We can transform the meaning of the word “cure”. We can transform the role of knowledge. We can be human”.³ (Iaconesi, 2012).

Ciudad boceto

En el mundo antiguo el asunto era la transformación por sustitución o renovación. Las ciudades precolombinas eran versiones superpuestas unas sobre otras, productos de un mismo pensamiento centralizador y de la concepción cíclica del tiempo. Luego, como ocurrió en innumerables casos, la conquista de América las borró y las sustituyó por otros sistemas centrales provenientes de Europa. En occidente, en general, las ciudades fueron diseñadas para ser el monólogo eterno del poder. Sin embargo esto ha dejado de ser así, sobre todo en Latinoamérica donde la relación con la identidad, lo permanente y la memoria está más cercana al conflicto que a la verdad. Mientras escribo este artículo la relación íntima de Brasil con el fútbol ha sido transformada. Cambió debido a los millones de contenidos producidos en las protestas contra el gobierno socialista de Dilma Rousseff durante las últimas dos semanas. Mientras la selección brasilera avanzaba victoriosa a través de todas las etapas de la Copa Confederaciones, afuera de los estadios innumerables manifestantes modificaban el texto tradicional del amor entre las ciudades, las “torcidas” y el “futebol”. La “canarinha” ganó. Sin embargo, los manifestantes siguieron diciendo “no al Mundial del 2014”.

La idea de pensar la ciudad como un boceto podemos rescatarla del diseño y no del arte, aunque en este aspecto no estén tan lejos uno del otro. Los bocetos tienen no solo el encanto de las modificaciones, también apreciamos en ellos los conflictos de lo provisional. Las ideas van y vienen buscando una forma: la promesa de un final donde la utopía sella el acuerdo entre cliente, diseñador y usuario. La diferencia aquí es que estamos sobre el boceto del colectivo; ese que se multiplica porque es una fuente abierta. Bien porque la ciudad misma haya decidido abrirse o bien por que los activistas hayan decidido “crackearla”.

Eugenia Fratreskou (2013), en un ensayo titulado *Mapping Emergence: Nomads, Nodes, Strings & Paths – Urban Transcripts 2012*, habla sobre el espacio como una sustancia informativa que podemos entender también como una per-

turbadora multiplicidad de capas reales y virtuales. Para la autora, la dicotomía visible/invisible ha sido remplazada por interacciones dinámicas que ocurren entre varios órdenes y espacios. Esto conlleva a plantear disquisiciones acerca del espacio que no estaban en los sistemas tradicionales. Cuando hablamos de capas estamos hablando de superposiciones, sin embargo no podemos recurrir a una mirada geológica para ejemplificarlo. Aquí capa no es lo que tapa sino lo que añade a la complejidad de la composición de una figura. Son las capas de los software de edición de imagen: superpuestas unas sobre las otras son todas invisibles y visibles a la vez. Cada una de ellas es una parte y es el todo.

Leer un boceto no es necesariamente repetir la memoria de esa utopía que ha planificado una ciudad. Uno puede quedarse en él, satisfacerse con los límites que lo devuelven, antes de llegar a ser producto, a su estructura compleja y fragmentada. De la interacción entre sus capas. En fin, es decidir que el valor está en la superposición de ideas que lo siguen ampliando indeteniblemente. De esta forma, todo lo que es desplegado en su espacio es una prueba del triunfo del instante.

HUMBERTO VALDIVIESO

Magister en Comunicación Social. Investigador del Centro de Investigaciones Humanísticas de la UCAB. Profesor del pregrado y postgrado de la UCAB.

Referencias

- BARTHES, R. (1987): *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Barcelona: Paidós.
- BISBAL, M. (2001). “Cultura y comunicación: signos del consumo cultural. Una perspectiva desde América Latina”. En: *Nueva Sociedad*. N°175. (pp. 85- 96).
- DAVIS, E. (2013): *Remixing the Matrix: An interview with Paul D. Miller, aka DJ Spooky*. [En Línea] Disponible en www.djspooky.com/articles/erikdavis.php. Recuperado el 5 de julio de 2013.
- FRATZESKOU, E. (2013): *Mapping Emergence: Nomads, Nodes, Strings & Paths – Urban Transcripts 2012*. [En Línea] Disponible en <http://www.digicult.it/news/mapping-emergence-nomads-nodes-strings-paths-urban-transcripts-2012/>. Recuperado el 5 de julio de 2013.
- HERNÁNDEZ, M. (2007): *La clonación arquitectónica*. Madrid: Siruela.
- IACONESI, S. (2012): *La cura/The cure*. [En Línea] Disponible en <http://opensourcecurefor-cancer.com>. Recuperado el 5 de julio de 2013.
- JURADO, Á. (2013): *El fabuloso destino de Teju Cole*. [En Línea] Disponible en [\[pais.com/africa-no-es-un-pais/2013/03/el-fabuloso-destino-de-teju-cole.html\]\(http://blogs.el-pais.com/africa-no-es-un-pais/2013/03/el-fabuloso-destino-de-teju-cole.html\). Recuperado el 5 de julio de 2013.](http://blogs.el-</p>
</div>
<div data-bbox=)

_____. (2013): *Taiye Selasi, orgullo afropolitano*. [En Línea] Disponible en <http://blogs.el-pais.com/africa-no-es-un-pais/2013/06/taiye-selasi.html>. Recuperado el 5 de julio de 2013.

LAGO, E. (2012): *Hacia el fin de la crueldad*. Recuperado el 5 de julio de 2013, de http://cultura.elpais.com/cultura/2012/11/09/actualidad/1352470952_766370.html

LOZANO-HEMMER, R. (2012): *Bifurcation. Shadow Object 2*. [En Línea] Disponible en <http://www.lozano-hemmer.com/bifurcation.php>. Recuperado el 5 de julio de 2013.

ROZENDAAL, R. (2013): *How could you define an “#internet#artist”?*. [En Línea] Disponible en www.newrafael.com/how-could-you-define-an-internet-artist/. Recuperado el 5 de julio de 2013.

SCOLARI, C. (2013): *Narrativas transmedia más allá de la pantalla: los parques de atracciones*. [En Línea] Disponible en <http://www.hipermedias.com/2013/05/08/narrativas-transmedia-mas-alla-de-la-pantalla/>. Recuperado el 5 de julio de 2013.

Notas

- Estoy en el proceso de edición de mis dos primeras antologías de no ficción, *Sound Unbond* y *Rhythm Science*. Voy a tener multimedia, voy a tener web, voy a hacer un CD de edición limitada. Tal vez quiera hacer algunas performances alrededor de ellas. Eso es lo que Wagner estaba tratando de hacer con toda la idea de la Gesamtkunstwerk [arte total]. Sin embargo, este enfoque es en realidad más de un tipo africano de las cosas en general. En Europa, por el viaje de especialización, había que especializarse y solo hacer una cosa. Pero ¿por qué? Supongo que estoy desprogramándome de la especialización. ¿Por qué no tener un libro que pueda ser código HTML, o un edificio que es una sinfonía, o lo que sea?
- Complex.com recientemente publicó un artículo llamado “25 artistas de internet que necesitas conocer”. @ Idaumentata preguntó en Twitter: ¿Cómo puedes definir a un #artista de #internet?

Así es como me siento al respecto: Categorías culturales pueden ser útiles para descubrir cosas, pero no deben tomarse demasiado en serio. El arte no puede ser definido. Pruébalo. No puede hacerse. Realizamos todo tipo de saber, lo que es, pero nadie sabe realmente. Asimismo, nadie sabe realmente qué es la felicidad. En el momento en que lo sabes, no eres muy feliz. Cuando eres realmente feliz, no estás pensando en la felicidad. El Internet tampoco se puede definir. Es parte de nuestro subconsciente, de los sueños y la vida cotidiana, de las relaciones y los negocios, de la familia y la identidad... Lo es todo.

- Podemos transformar el significado de la palabra cura. Podemos transformar el papel del conocimiento. Podemos ser humanos.

Para ti que
piensas en
hacer
postgrado en
**Comunicación
Social** el de
La Católica
es tu mejor
opción

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL. Para formarte con fortalezas para investigar, planificar, gestionar, evaluar, diagnosticar y hacer consultoría en Comunicaciones en comunidades, sociedades y organizaciones de diferente orientación y escala.

Opciones: Comunicación para el Desarrollo Social | Comunicación Organizacional

4 SEMESTRES | PRESENCIAL | 2 NOCHES A LA SEMANA, DE 6:00 A 10:00 PM. | CAMPUS MONTALBÁN

ESPECIALIZACIÓN EN PUBLICIDAD. El ecosistema de la publicidad está cambiando en todo el mundo. Pensando en ello y en que hay que prepararse para mucho más que un puesto de trabajo, este programa te permite desarrollar fortalezas en investigación, planificación, consultoría y gestión de marca empleando el enfoque contemporáneo de Comunicaciones Integradas de Mercadeo

4 SEMESTRES | PRESENCIAL | 2 NOCHES A LA SEMANA, DE 6:00 A 10:00 PM. | CAMPUS MONTALBÁN

PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN PERIODISMO. Seas o no periodista, este programa te brinda elementos para comprender a cabalidad cómo opera la organización periodística, cuál es el valor del discurso periodístico para las sociedades contemporáneas y cómo hacer este discurso con calidad

4 TRIMESTRES | PRESENCIAL. 2 MAÑANAS A LA SEMANA, DE 8:00 AM A 12:00 M. | CIAP- LA CASTELLANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN Y POLÍTICA. La relación entre comunicación y política es vital en todas las sociedades democráticas. Por ello este programa te permite generar fortalezas para promover la decisión política en procesos electorales, mejorar la gobernabilidad democrática y construir los discursos del poder.

3 TRIMESTRES | PRESENCIAL. 2 NOCHES A LA SEMANA, DE 5:00 PM A 9:00 PM. | CIAP- LA CASTELLANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN.

La libertad de expresión y el derecho a la información son las dos caras de una misma moneda. Este programa te permite comprender desde una triple perspectiva -jurídica política y comunicacional- cómo debe y puede garantizarse este derecho desde el Estado, el sector privado, los medios de comunicación y el tercer sector

320 HORAS | BIMODAL (PRESENCIAL Y A DISTANCIA) | CAMPUS MONTALBÁN | ESTE PROGRAMA SE DICTA CONJUNTAMENTE CON EL CENTRO DE DERECHOS HUMANOS DE LA UCAB

PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES [E-COM].

El entorno digital y las redes sociales son realidades del futuro hecho presente que impulsan cambios cada vez más profundos en la vida humana contemporánea. Este programa une estrategia y herramientas para capacitarte en la generación de proyectos de emprendimiento, I&D y consultoría en comunicación social para el entorno digital.

*Opciones: Comunicación para el desarrollo social | Comunicación política | Comunicación de mercado
Gestión de medios digitales*

320 HORAS | BIMODAL (PRESENCIAL Y A DISTANCIA) | CAMPUS MONTALBÁN

Programa de Estudios Técnicos Avanzados en Medios y Comunicaciones Estratégicas.

Para ti que eres Técnico Superior Universitario, surge el primer programa en comunicación comercial y organizacional, concebido especialmente para profundizar tus competencias técnicas, mejorándolas de cara a tu desarrollo de carrera.

Opciones: Publicidad integrada | Gestión de la Comunicación

3 TRIMESTRES | PRESENCIAL. VIERNES DE 6:00 A 8:30 PM. SÁBADOS DE 9:00 AM A 1:00 PM. | CAMPUS MONTALBÁN

PROGRAMAS DE AMPLIACIÓN. Tres cursos de ampliación combinados, que se dictan en un trimestre, para dar actualización profesional en empresas, gremios y dondequiera sean necesarios.

*Periodismo_on_line.com | Comunicación, medios y política | Comunicación para no comunicadores
Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial
Coaching para Organizaciones de Comunicación (en preparación)*

Si quieres más información sobre nosotros Puedes bajar nuestros programas académicos desde:

<http://www.ucab.edu.ve/area-humanidades-y-educacion.html>

Seguirnos en Twitter @postcom_ucab | Facebook Postcomunicación ucab

Escribirnos a:

MARCELINO BISBAL | Director del Postgrado: mbisbal@ucab.edu.ve | marcelinobisbal@gmail.com

AGRIVALCA CANELÓN | Coordinadora Académica: acanelon@ucab.edu.ve | acanelon@gmail.com

CARLOS DELGADO FLORES | Coordinador Académico: cadelgad@ucab.edu.ve | cardelf@gmail.com

Llamarnos a: (58+212) 407 4379 | 407 4576

O venir a visitarnos en: Postgrado en Comunicación Social UCAB, campus Montalbán. Final Av. Teherán, Montalbán, edificio de postgrado PB. Caracas.

Postgrado en Comunicación Social UCAB | Construimos futuro contigo

Lecturas fotográficas

Lo visible y lo latente en la fotografía latinoamericana

Se trata de considerar a la fotografía como un texto, como una narración que tiene que ser leída no solo en función de lo que ella nos muestra y expresa, sino que debe ser percibida desde lecturas previas. Desde ahí, el texto trata de mostrarnos una revisión de las lecturas más extendidas acerca de la producción fotográfica latinoamericana reciente.

■ JUAN PERAZA GUERRERO

Repito que he perdido solamente la vana superficie de las cosas

J. L. BORGES, 1975

Borges-Man Ray es el título de una obra de León Ferrari que formó parte de la muestra organizada por el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba) en 2012: *Brailles y relecturas de la Biblia*. Esta es el resultado de la doble apropiación de la fotografía de un desnudo femenino del vanguardista estadounidense y de un poema de Borges. El artista incorporó las palabras al retrato a través del sistema de lectura y escritura táctil para invidentes, de modo que para decodificarlas era necesario acariciar la piel de la mujer con la punta de los dedos.

De acuerdo con el rótulo de la pieza, el texto se trataba de *Un ciego*, poema del argentino en el que un anciano recorre su rostro con las manos frente a un espejo, pero solo consigue atisbar el recuerdo de una amante. Sin este, no sería posible completar el sentido de la propuesta.

La estrategia pone en juego algunas metáforas propias de la disciplina fotográfica que tienen que ver con lo visible y lo invisible, aquello que se manifiesta o que solo permanece latente. Permite explorar la relación entre imágenes y palabras, entre fotografías y escritos que investigadores, curadores, críticos, comunicadores y gestores culturales elaboran a propósito de estas, así como el papel del espectador al momento de la recepción. Finalmente, da pie a una revisión de las lecturas más extendidas acerca de la producción fotográfica latinoamericana reciente.

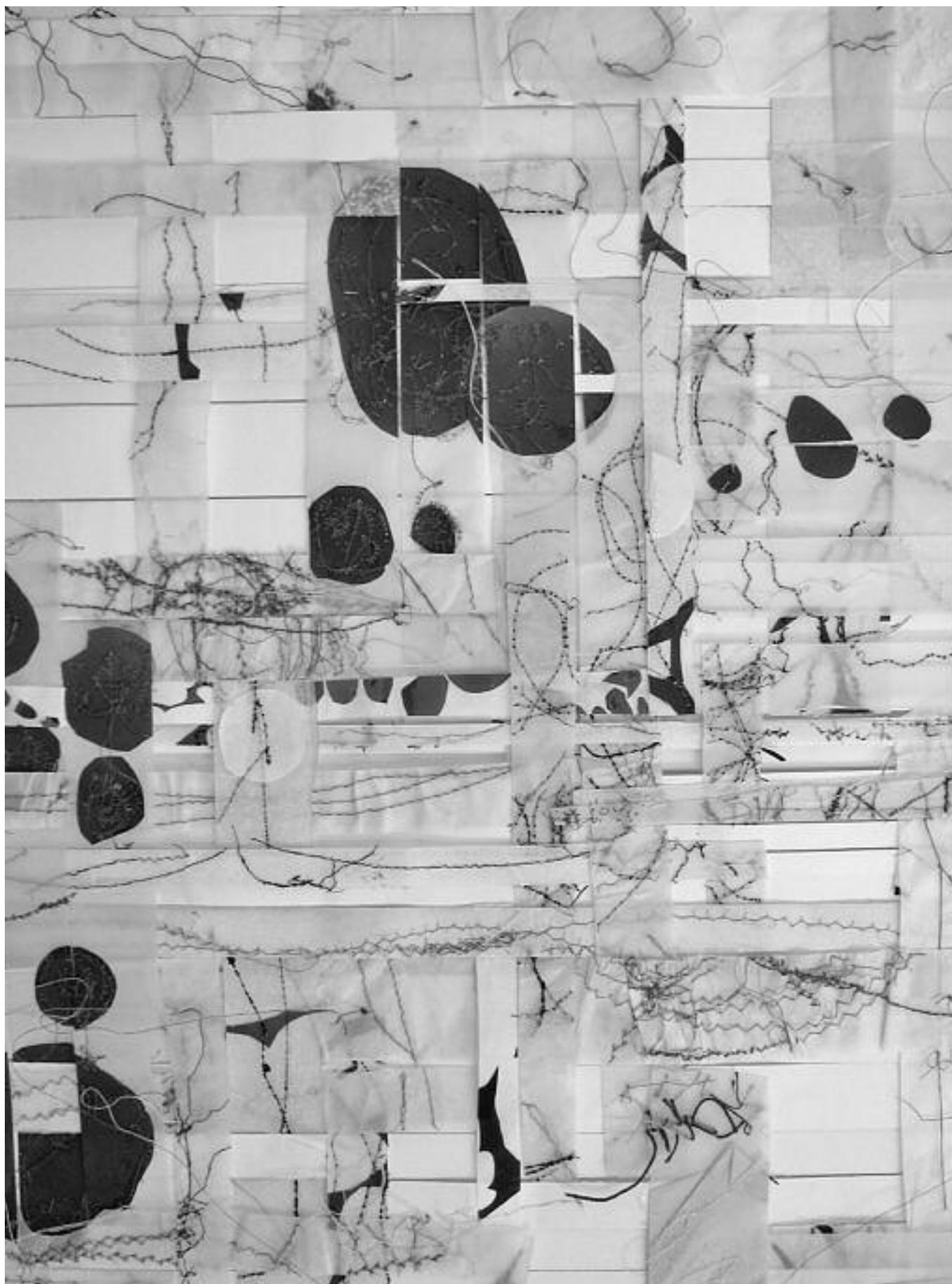
Otro cuarto oscuro

La producción de imágenes en Latinoamérica no se aparta de la tendencia global. En la región, como en todo el mundo, el alcance de los documentos fotográficos es otro, excede cualquier inventario. En un parpadeo, dos palabras, Marcos-López, por ejemplo, arrojan millones de resultados en Google. La web acumula fotografías en diferentes tamaños y resoluciones, *Asado en Mendiolaza* (2001), *La autopsia* (2005) y todas las demás, pero también escritos, videos y noticias vinculadas con el cuerpo de trabajo del artista argentino.

La nuestra es una época de creación acelerada de contenidos visuales. Las tecnologías digitales cuestionan el funcionamiento del campo artístico como hasta hace poco lo comprendíamos, reprogramando las fronteras entre productores, consumidores e intermediarios. En la actualidad, ellos parecen ocupar roles más cercanos e intercambiables, lo cual exige una mayor agudeza por parte de todos. Este desplazamiento concibe un público capaz de asumir más responsabilidades con menos certezas. La reflexión alrededor de los paisajes en continuo desplazamiento de la producción visual contemporánea resulta, pues, una tarea pendiente.

La redacción de textos vinculados con los discursos estéticos de nuestro tiempo es también incalculable.

Muchos de estos escritos complementan (y a veces sustituyen) la visita a los lu-



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

gares tradicionales de exhibición. Debido a que el préstamo de las grandes obras se encuentra sujeto a condiciones que pocos espacios pueden asumir, la mayor parte del mundo está obligada a construir su propia visión de la producción artística global a partir de las propuestas menores a las que tiene acceso directo y a través de la mediación de terceros.

En la contemporaneidad, se da el paso de la experiencia estética íntima a la lectura sobre las experiencias de otros.

Libros, catálogos, revistas especializadas, prensa y sitios web ofrecen acceso a interpretaciones parciales de la creación cultural de acuerdo con líneas de estudio y divulgación propias.

En el caso particular de los documentos fotográficos, estas lecturas, a la manera de un dedo que apunta a qué mirar, regulan la recepción de las propuestas en función de un significado o constelación de significados que ha de percibirse en lugar de otros. Se trata de una suerte de segundo cuarto oscuro. La analogía viene a expresar que todo ejercicio hermenéutico constituye a la vez una forma de censura: ciertos contenidos permanecen latentes y solo algunos alcanzan visibilidad.

La imagen latente

La palabra *fotofobia* nombra una condición de relativa intolerancia a la luz. El fotógrafo venezolano Beto Gutiérrez la utilizó para presentar un amplio registro visual de personas albinas. El resplandor lumínico de estas genera un retrato expandido del espectador, abrumado por la cegadora experiencia de un mundo cargado de imágenes. La serie forma parte de una línea de creación que contempla la poética de la disciplina en virtud de su carácter místico, es decir, como la práctica de la lucidez.

Considerar la fotografía como una verdadera revelación equivale a pensar en sus resultados como el producto de velamientos sucesivos.

La imagen latente (del latín *latens*, escondido) constituye la invidencia original, la de apenas una constelación imperceptible de átomos de plata oxidados por efecto de la luz que, a través de su tratamiento en el laboratorio, encuentra su primera expresión en el negativo y después sobre el papel. De este modo, la cantidad de información que alcanza visibilidad depende de cuánta luz haya impresionado el material fotosensible, del tiempo en el que la película y el papel hayan permanecido en el revelador, de posibles reencua-



El autor nos pide imaginar una antiutopía que funciona como modelo de reflexión: la de una sociedad sin críticos en la que todo tipo de producción hermenéutica (crítica, pedagógica, documental, en fin, secundaria) estuviera prohibida

dres que descarten información visual y, en el caso de la fotografía digital o digitalizada, del uso de distintos programas de edición.

En el juego de invidencias naturales del dispositivo fotográfico, el pensamiento de George Steiner se vuelve luminoso. El autor nos pide imaginar una antiutopía que funciona como modelo de reflexión: la de una sociedad sin críticos en la que todo tipo de producción hermenéutica (crítica, pedagógica, documental, en fin, secundaria) estuviera prohibida. La propuesta representa un punto de partida para el estudio de las vinculaciones entre las imágenes y sus lecturas.

Aunque la política de lo primario requeriría la aplicación de controles que fuera de la ciencia ficción han resultado factibles, por oposición, el ejercicio conlleva una valoración de la palabra como insumo indispensable para el proceso de circulación y recepción de la imagen. Como en la pieza de León Ferrari, en la que el sistema de lectura para invidentes se introduce en el retrato asignándole nuevos alcances por mediación de lo escrito, la fotografía parece no poder escapar de cierta condición textual.

Y es que además de las implicaciones inmediatas que la palabra ejerce sobre la fotografía al encontrarse en una relación de montaje, es decir, al coincidir en un mismo plano, como en la obra de John Baldessari o Barbara Kruger, existen otras interacciones cuando se mantienen separadas espacial o temporalmente.

Los textos satelitales, externos a las propuestas fotográficas, estimulan la redacción de muchos más. En términos de Pierre Bourdieu (2003), el proyecto creador de un artista se consagra en la medida

en que figuras ubicadas en posiciones de influencia dentro del campo intelectual hagan eco de él. De esta manera, el que una obra sea comentada es conveniente para todos: los museos y galerías que la expongan ganarán prestigio institucional; los coleccionistas que la posean materialmente, el aumento de sus inversiones; el público que las reconozca, el beneficio de la distinción y del buen gusto.

En cuanto a la fotografía, esta afirmación general parece extenderse hasta el dispositivo mismo. Su carácter vacilante entre la tradición de las Bellas Artes y la cultura de los medios, así como el cambio de sus intenciones originales con la aparición de las tecnologías digitales, parece responsable de un cierto interés especial por parte de los investigadores hacia el oficio del fotógrafo.

Palabras mayores

Las reflexiones conceptuales y evocaciones poéticas dirigidas a legitimar la práctica fotográfica no se articulan con unas palabras cualesquiera. Por el contrario, las teorías del arte ofrecen los términos y criterios apropiados para hablar sobre sus objetos de estudio.

Adjetivos como documental, conceptual y formalista consignan un código más o menos hermético con el que se hilan los discursos dominantes sobre fotografía. Si bien suministran coordenadas de ubicación a sus lectores, estos constructos operacionales representan un encubrimiento adicional en el desarrollo de la disciplina.

Hace un par de años, en una exposición colectiva, alguien se refirió a un desnudo de Larry Clark como pornográfico. En la misma muestra pero en un día distinto, otra persona del público empleó el mismo adjetivo para describir una fotografía de Nan Goldin. Las imágenes de Martín Chambi, por su parte, siempre han sido percibidas a partir de su condición latinoamericana, pese a que en ellas resuena una auténtica mística universal. ¿Y dónde queda el interés del artista y crítico español por la ambigüedad intersticial entre realidad y ficción si explicamos la propuesta de Joan Fontcuberta con un término tan básico como *tecnológica*?

Las imágenes se perciben desde lecturas previas, dejando otros contenidos importantes por fuera del campo de la visión. En opinión de Steiner, nos encontramos frente a un fenómeno contemporáneo que afecta el funcionamiento de la palabra "... no sólo en los códigos especiales (...) de las ciencias exactas y aplicadas, sino tam-



bién en los de la filosofía, la lógica y las ciencias sociales.” Por ello, continuó el francés, “casi todo lo que dicen, oyen o leen los modernos hombres de la ciudad es una jerga vacía.” (1989, p.p. 5-6).

El retiro de la palabra es más tangible en unos que en otros textos que reflexionan sobre las distintas producciones artísticas. Muchas veces, estos escritos parecen no tener nada que ver con las imágenes que pretender enmarcar, sino que más bien se presentan como fórmulas preconcebidas que son ligeramente alteradas a fin de que la obra encaje en su planteamiento, así sea tangencialmente, como un rompecabezas que arma y desarma a voluntad mutaciones sobre un mismo formulismo. Otras veces, tan solo se trata de textos que se contentan con describir lo que está al alcance de la mirada.

Lo cierto es que ya sea en la página impresa, la superficie de la pantalla o la pared de una exposición cualquiera, las lecturas en torno a la creación visual ayudan al espectador a ubicarse en mapas que no dejan de desplegarse, pero también colocan un velo frente a sus ojos.

Los textos interpretativos están en condiciones de imponer sus lecturas a una fracción más o menos amplia del campo intelectual y, en consecuencia, de dirigir la recepción del público hacia una dirección determinada. Como resultado, la palabra escrita a propósito de la práctica fotográfica reproduce los enmascaramientos de la captura y el revelado anteriores: ciertos contenidos permanecen latentes y solo algunos se manifiestan.

Para Steiner, ninguna lectura puede calificarse como correcta o incorrecta (...). “A lo sumo seleccionamos (por un tiempo al menos) la que nos impresiona como la más ingeniosa, la más rica en sorpresa, la más poderosa en descomponer y recrear el original o pre-texto.” (Ibíd., p. 8). Sin embargo, es inevitable reconocer que incluso esta constituye una visión reducida y provisional, beneficiada por un juego de factores que no están relacionados necesariamente con el acto de la creación.

Como una armadura, los conceptos y referencias vienen a aliviar la ansiedad del hombre contemporáneo. Pero, como señaló Roland Barthes (1989/2009), las imágenes hieren. Desafiar una buena foto es una pelea perdida desde el principio.

Una fotografía que hierve

Con estas palabras, el curador español Claudi Carreras (2009) resumió la lectura

Cada edición de Sueño de la razón es “propuesta en Chile, diseñada en Argentina, publicada e impresa en Bolivia y subida a Internet en Ecuador.” Su Comité Editorial está conformado por artistas e investigadores de importante trayectoria

más extendida sobre la producción fotográfica en Latinoamérica.

Con la intención de proseguir en el análisis, se escogió *Sueño de la razón* como principal fuente de información acerca del estado de la disciplina. Hasta el momento, esta publicación especializada en fotografía regional cuenta con cuatro números elaborados entre 2009 y 2011 (*Fotografía e transformação social; Territorios posibles; Guerra: conflicto e violência y Festa*). De acuerdo con el primero de estos, el propósito de sus creadores es “... la edición de una revista que elabore una perspectiva de la fotografía como interpretación de la cultura donde se crea.” (Ibíd., p. 5).

Cada edición de *Sueño de la razón* es “propuesta en Chile, diseñada en Argentina, publicada e impresa en Bolivia y subida a Internet en Ecuador.” (Ibíd., p. 5). Su Comité Editorial está conformado por artistas e investigadores de importante trayectoria, miembros activos de sus respectivas comunidades de origen: Fredi Casco, Paraguay; Cía de Foto, Brasil; Pablo Corral Vega, Ecuador; Nelson Garrido, Venezuela; Andrea Josch, Chile; Cecilia Lampo, Bolivia; Ataúlfo Pérez Aznar, Argentina; Daniel Sosa, Uruguay y Luis Weinstein, Chile.

Publicada en el N° 00, la entrevista a Carreras revisó la visión documental que agrupa la mayoría de lecturas sobre fotografía en América Latina. En opinión del curador, “la sociedad latinoamericana es una sociedad afectada por distintos ciclos. Ciclos económicos, subidas y bajadas. Eso genera una forma de narrar tu propia historia (...) ;Es una fotografía que hierve!

Que sale de un sustrato en movimiento.” (Ibíd., p. 79). Luego agregó: “No existe una fotografía latinoamericana (...), pero hay realidades que no se ven en otros sitios. Y yo creo que sí, sin duda produce una forma de ver los temas y de enfrentarse a la realidad muy particular.” (Ibíd., p. 82).

En un artículo publicado el año siguiente, José Pablo Conchas Lagos analizó la lectura documental más corriente; apuntó: “La práctica documental es una disposición existencial. Lo primero que cuenta es el desplazamiento, el movimiento; la intención de ir hacia el objeto. El viaje como fin en sí mismo.” (2010, p. 8). En su opinión, la interpretación a través de la lente documental “por un lado, se explica porque durante siglos hemos sido la marginalidad extravagante de Occidente y por eso objeto de curiosidad antropológica. Pero por otro, porque para los mismos latinoamericanos somos excéntricamente extravagantes. La variedad cultural presente en cada una de nuestras naciones hace que nos miremos con igual curiosidad (...), y desde aquí el viaje constante de fotografías documentales a las entrañas de nuestro territorio americano.” (Ibíd., p. 8).

Finalmente, el historiador uruguayo Mauricio Bruno dio una tercera explicación que, no obstante, se refiere al desarrollo de la disciplina no solo en América Latina. Al analizar el empleo de la imagen fotográfica durante la Guerra de la Triple Alianza, la cual enfrentó a Argentina, Brasil y Uruguay contra Paraguay en 1856, destacó el impulso material que los gobiernos le han ofrecido a los fotógrafos en virtud de la promoción de nacionalismos. Bruno sostuvo: “... el gobierno uruguayo estaba interesado en la circulación de estas fotografías (...) en las cuales se glorificaba la actuación de las tropas aliadas –y de las uruguayas en particular– y se conformaba un retrato prosaico del Paraguay.” (2001, p. 27).

De lugares, gentes e historias

Los 58 artículos publicados en *Sueño de la razón*, hasta el momento, aluden casi todos a propuestas fotográficas documentales. En este sentido, es posible organizarlos en tres grandes grupos: investigaciones geográficas, etnográficas y de archivo.

Retratos fotográficos conforma el primer conjunto. En este artículo, Lorena González describió el recorrido visual del fotógrafo venezolano Ricardo Jiménez capturado desde el interior de un carro en

movimiento. Asimismo, en *Necah 1879*, Dardo Castro siguió al artista argentino Res en el proyecto de reproducir, un siglo más tarde, las vistas espaciadas con que Antonio Pozzo documentó la Conquista del Desierto, campaña militar que expandió el dominio de Buenos Aires en el siglo XIX.

Por su parte, *Visionario de la imagen* presenta un análisis a cargo de André Cypriano del registro que Carlos Germán Rojas hiciera de los personajes y costumbres de La Ceibita, barriada popular de Caracas y lugar de nacimiento del fotógrafo. Las imágenes de Andrés Figueroa en *Bailarines del desierto* también constituyen un estudio de tipo etnográfico. Mediante estas, el creador chileno representó las fiestas religiosas celebradas en el territorio desértico de Atacama y, en especial, la teatralidad de los vestuarios elaborados para la ocasión.

Por último, entre las investigaciones realizadas a partir de material de archivo, se distinguen *Resignificación del documento fotográfico* y *El álbum de los mutilados de la Guerra del Pacífico*. En una, Fredi Casco y Cía de Foto establecen un diálogo acerca de los trabajos documentales de Claudia Andújar y José María Blanch. En otra, Francisca Riera Schiapacasse pasó revista a los archivos conservados del Museo Histórico Nacional de Chile que evidencian los efectos del conflicto que enfrentó a Bolivia y Perú entre 1879 y 1883.

Es evidente que no toda la producción fotográfica en América Latina es documentalista, aunque las lecturas más comunes, incluyendo la de *Sueño de la razón*, así parezcan demostrarlo. Es cierto que muchas veces es complicado definir si un trabajo es documental o no. En rigor, toda imagen fotográfica lo es en tanto material indicial e icónico; no obstante, en algunas oportunidades adquiere tal definición durante el proceso de circulación y recepción. Como opinó Ticio Escobar en la entrevista que le concediera a Fredi Casco, “los límites entre la fotografía documental y la artística son vacilantes; es difícil determinar cuándo una fotografía queda atrapada en la inmediatez del objeto, cuándo fascinada por la pura forma y cuándo logra trascender lo representado mediante fisuras, fracturas y reordenamientos que permiten observar la diferencia.” (2011, p. 79).

Considérese en este sentido dos proyectos. El primero es *Ritualidad Queshwa*, del autor chileno Claudio Pérez, y su



Es evidente que no toda la producción fotográfica en América Latina es documentalista, aunque las lecturas más comunes, incluyendo la de Sueño de la razón, así parezcan demostrarlo. Es cierto que muchas veces es complicado definir si un trabajo es documental o no

acercamiento a una comunidad indígena a partir de las composiciones geométricas que encontró en el paisaje. El otro, más ilustrativo, es de la argentina María Antonia Rodríguez: *Paisaje N° 1 (Parque Nacional)*. Capturada en Venezuela, la imagen retrata a un indigente que duerme en la calle. La forma del sujeto recuerda la línea del horizonte del cerro Ávila, la cual todo caraqueño tiene grabada en su mirada. A través del título, la artista enfoca ágilmente las tensiones entre la fotografía documental y formalista, a la vez que define la preocupación que, desde los escritos capitales de Walter Benjamin, entraña la fotografía documental y que tiene que ver con la estetización dentro del marco de la relación entre arte y moralidad.

La fotografía fuera de sí

Continuando con la idea de que la fotografía posee una condición existencial que la arroja fuera de sí, Boris Kossoy, en un recomendable ensayo, examinó la pasión intransitiva de la fotografía por representar lo lejano y extravagante, así como los efectos que esto produjo en la identidad del latinoamericano.

De acuerdo con el investigador brasileño, la experiencia fotográfica en estas tierras durante el siglo XIX fue, en realidad, una experiencia europea. Lo anterior se debió a que la introducción de la disciplina en el continente consistió en la adopción de esquemas visuales e identitarios del Viejo Mundo. “Esto no se refiere únicamente a los equipos, materiales fotosensibles, procesos y técnicas (...), sino también en lo concerniente a los modelos

estereotipados de representación (poses, vestuarios, iluminación, adornos y accesorios.” (1998, p. 36). Como resultado, los viajeros europeos, en la búsqueda de lo diferente, crearon una imagen exótica que coincidiera con sus expectativas de alteridad, la cual fue asimilada por los locales como propia.

De la hipótesis de Kossoy se deduce el hecho de que América Latina se percibe a sí misma a través de una mirada europea. También encuentra su origen el que predomine una lectura documental sobre la producción de imágenes fotográficas, así como una parte importante de los conflictos identitarios de la región.

Discriminaciones institucionales

Parece que en la región la sucesión de evidencias adquiere la forma de una cierta discriminación institucional.

La pregunta acerca de la identidad latinoamericana posee tantas explicaciones como teóricos hay. Mari Carmen Ramírez, curadora del Museum of Fine Arts, Houston, diagnosticó lo que llamó una *neurosis de identidad* en el seminario

Diez años de cambios, perspectivas y proyecciones con que el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires celebró una década de trabajo ininterrumpido en 2012. En el mismo evento, Natalia Majluf, directora del Museo de Arte de Lima, señaló que la problemática categoría pertenece exclusivamente a las narrativas y que no debería convertirse en una preocupación para los artistas. Sin embargo, sí comienza a serlo cuando la palabra deja de constituir un simple rótulo funcional y deviene en instrumento de discriminación institucional.

En la entrevista que Luis Weinstein hiciera a Claudi Carreras para *Sueño de la razón*, el curador aseguró que las fotografías que mejor se venden en los mercados extranjeros son precisamente las que coinciden con la imagen de alteridad que todavía mantiene el imaginario mundial, es decir, la vinculada con temáticas mágico-religiosas y de intenciones claramente documentales. De ser cierto, los artistas que desarrollen líneas de creación diferentes estarían en riesgo de ser excluidos de los grandes relatos. Esta otra invidencia justificaría cualquier preocupación.

El principal efecto de esta situación fue detectado por Alejandro Castellote en el seminario *El ADN de la fotografía* (Centro Cultural de España en Buenos Aires, 2012). A su juicio, es evidente que mu-



chos artistas han comenzado a generar obras que encajen intencionalmente en las lecturas más extendidas en torno a la fotografía regional, de manera de satisfacer a gestores culturales y coleccionistas, garantizando la visibilidad para sus trabajos.

En opinión de Néstor García Canclini (2011), un tipo de resistencia es posible. El autor criticó el que muchos de los integrantes del campo artístico insistan en comportarse como policías de migración. Para el argentino, el que China haya desplazado a Francia del tercer puesto en porcentajes globales de ventas de arte es indicio de un reordenamiento del orden mundial en el que las nociones de Occidente y Oriente, adentro y afuera, centro y periferia, habrían perdido consistencia a causa de las tecnologías de la información y comunicación.

La nueva dinámica global no sería la correspondencia de posibilidades para todos o la interdependencia ilimitada y constante. Al respecto, García Canclini apuntó que la globalización es "... asimétrica, selectiva y en la que participamos de manera desigual. Unas regiones aportan saberes e imágenes locales; otras, los dispositivos de interpretación, organización y financiamiento." (Ibíd., p. 22). El autor concluye que "... uno de los procedimientos de división que ejerce el poder interpretativo de la crítica entre arte metropolitano y periférico [es que]: mientras que las obras generadas en los centros son miradas como hechos estéticos, la producción de artistas africanos, asiáticos y latinoamericanos suele ser leída como cultura visual o patrimonio cultural." (Ibíd., p. 88).

La época de las nuevas visualidades está todavía por llegar. Para ello será necesario evaluar la posición de los artistas sin caer en la dislocación absoluta ni el mero regreso a la exaltación nacionalista. Los circuitos globales son poderosos. Las identidades seguirán siendo significativas en muchas regiones. Pero en un mundo contemporáneo, globalizado, interconectado, en el que los fenómenos migratorios son cada día más comunes y propician la formación de públicos sensibles, despreocupados por delimitar sus propias culturas, sino interesados en vincularlas con otras, las perspectivas son buenas. Algunas latencias alcanzarán su manifestación. No es más que cuestión de tiempo.

JUAN PERAZA GUERRERO
Venezolano. Crítico de arte visual.

(...) mientras que las obras generadas en los centros son miradas como hechos estéticos, la producción de artistas africanos, asiáticos y latinoamericanos suele ser leída como cultura visual o patrimonio cultural.

Referencias

Bibliográficas

- BARTHES, R. (1989/2009): *La cámara lúcida. Notas sobre fotografía*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- BOURDIEU, P. (2003): *Campo del poder, campo intelectual: itinerario de un concepto*. Buenos Aires: Quadrata, 2003.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2011): *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. Ciudad de México: Katz Editores.
- KOSSOY, B. (1998): "La fotografía en Latinoamérica en el siglo XIX. La experiencia europea y la experiencia exótica". En: *Image and Memory: Photography from Latin America 1866-1994*. Houston: University of Texas Press.
- STEINER, G. (1989). *Presencias reales*. Barcelona, España: Ediciones Destino.

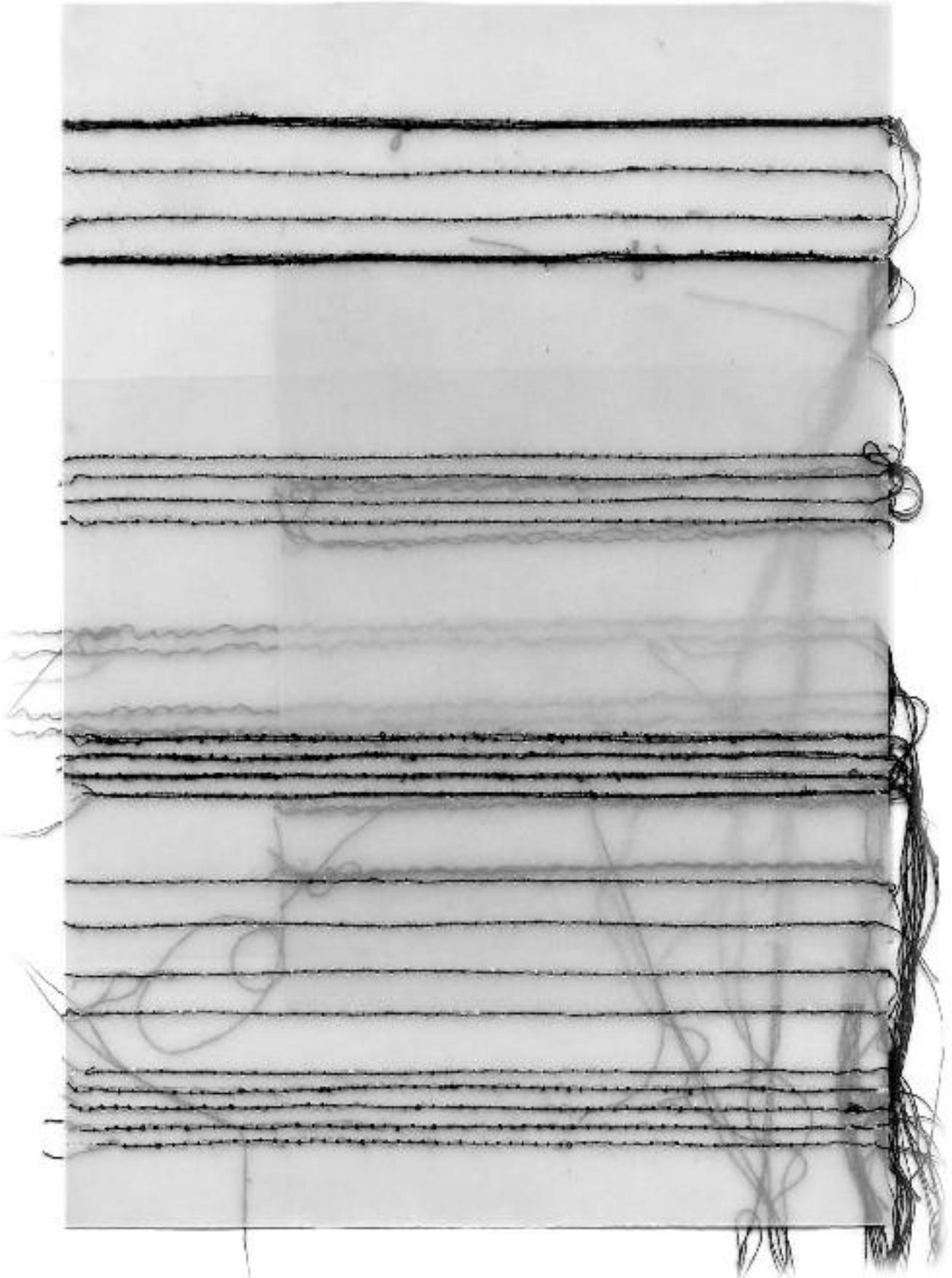
Artículos en publicaciones periódicas

- BRUNO, M. (2011): "La guerra de los 200 años". En: *Sueño de la razón*. Número 2, p.p. 24-33.
- CASCO, F. y Cía de Foto (2009): "Resignificación del documento fotográfico". En: *Sueño de la razón*. Número 0, p.p. 50-63.
- CASTRO, D. (2010): "Necah 1879. Res, Antonio Pozzo y la desertización de La Pampa". En: *Sueño de la razón*. Número 1, p.p. 70-77.
- Comité Editorial (2009): "Editorial: Fotografía e transformação social". En: *Sueño de la razón*. Número 0, p. 5.

- CONCHA LAGOS, J. (2010): "Fotografía documental como disposición existencial". En: *Sueño de la razón*. Número 1, p.p. 6-9.
- CYPRIANO, A. (2011): "Carlos Germán Rojas: visionario de la imagen". En: *Sueño de la razón*. Número 3, p.p. 68-75.
- FIGUEROA, A. (2011): "Bailarines del desierto". En: *Sueño de la razón*. Número 3, p.p. 90-97.
- GONZÁLEZ, L. (2010): "Relatos fotográficos. Encuentros potenciales en la obra de Ricardo Jiménez". En: *Sueño de la razón*. Número 1, p.p. 26-33.
- PÉREZ, C. (2010): "Ritualidad Queshwa. Resistencia cultural de un pueblo que se niega a morir". En: *Sueño de la razón*. Número 1, p.p. 84-91.
- RIERA SCHIAPPACASSE, F. (2011): "El álbum de los mutilados de la Guerra del Pacífico". En: *Sueño de la razón*. Número 2, p.p. 34-43.
- WEINSTEIN, L. (2009): "La fotografía de América Latina es una fotografía que hierve, que sale de un sustrato en movimiento". En: *Sueño de la razón*. Número 0, p.p. 78-85.

Seminarios

- CASTELLOTE, A. (2012): *El ADN de la fotografía* (Centro Cultural de España en Buenos Aires, CCEBA).
- MAJLUF, N. (2012): *Arte latinoamericano. Diez años de cambios, perspectivas y proyecciones* (Museo de Arte Latinoamericano, Malba).
- RAMÍREZ, M. (2012): *Arte latinoamericano. Diez años de cambios, perspectivas y proyecciones* (Museo de Arte Latinoamericano, Malba).



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

LAS LECTURAS del joven venezolano

La lectura, más que una actividad placentera, es el redescubrimiento de las potencialidades cognitivas del hombre para representar una determinada realidad, ordenar una experiencia y reconocerse en ella. Leer es verse en el espejo de los que vieron, de los que ven y lo que se verá. Por eso es que la lectura es la práctica ancestral del conocimiento que, a su vez, dinamiza una serie de acciones orientadas a resguardarla, enseñarla y desarrollarla.

Sin embargo, faltaría agregar el verbo administrar a esta secuencia porque la lectura también es un acto peligroso. Las estructuras del poder entienden que es un acto individual de total soberanía y puede subvertir lo que un determinado contexto norma a través de sus campos culturales y, sobre todo, morales. Por eso una política de Estado, dependiente o independientemente de su ideología, consciente o inconscientemente nos sugestionan en el qué, dónde y cómo leer.

Como vemos, lejos de ser un ejercicio libre, la lectura es una actividad condicionada por múltiples factores sociales, económicos, religiosos, entre otros. Además, en la medida en que profundizamos en el quehacer de la lectura, las realidades que allí se representan nos llevan a colocar la mirada sobre la misma, sobre la toma de conciencia. Y esta toma de conciencia no siempre nos muestra su rostro feliz, sino como se lo predijo el célebre Tiresias a Narciso: el conocimiento de uno mismo puede ser el encuentro con la muerte. La lectura es un espejo que, dependiendo de la intensidad con que la realicemos, nos acrecienta el deseo paradójico de conocer,

desapareciendo. Cuando leemos identificamos los referentes que nos sujetan a una realidad, pero aislándonos de ella.

Entendiendo la dificultad del viaje epistemológico de la lectura, quisiéramos hacer un rastreo intuitivo por el universo lector juvenil en Venezuela. ¿Qué leen nuestros jóvenes?

La pregunta ya esconde una afirmación: los jóvenes están leyendo. Según los estudios del Centro Nacional del Libro (Cenal), en los últimos trece años ha aumentado considerablemente la lectura por parte de la población que va de los catorce a los veinticinco años. Sus instrumentos de medición se basan fundamentalmente en el éxito que han tenido las políticas gubernamentales centradas en aumentar la edición de textos, abaratar el costo del libro por medio de subsidios y publicar, sin demasiados arbitrajes, una gama amplia de autores. A esto le sumamos una agresiva promoción de la lectura a través de las asiduas e itinerantes ferias del libro (Filven) celebradas a lo largo del territorio nacional. Sin restar importancia a este tipo de estrategias, no tenemos certeza sobre la efectividad de las políticas gubernamentales en torno a la lectura. Ciertamente la población asiste masivamente a las ferias no solo para comprar libros, sino para participar de los foros, presentaciones y otras actividades en torno al mundo editorial; pero las estadísticas relativas a la alta cantidad de libros adquiridos nos dice muy poco de lo que se está leyendo y sobre la calidad de lo que se lee.

Otras investigaciones, como las realizadas por el Centro de Estudios Sociológicos (CESA) de la Universidad del Zulia

¿Qué leen nuestros jóvenes?

Para el autor la pregunta ya esconde una afirmación: los jóvenes están leyendo. Sin embargo sabemos muy poco sobre la calidad de lo que se lee. El ensayo da una respuesta intuitiva a esa interrogante y, finalmente, el autor es concluyente en su análisis: hay que leer más para enseñar la lectura y hay que interpretar mejor los horizontes de expectativas de nuestros jóvenes lectores.

■ LUIS ALFREDO
ÁLVAREZ AYESTERÁN

(LUZ), son menos optimistas con respecto a los supuestos altos índices de lectura en el país nacional. La investigación arroja que “menos del 40% de los venezolanos lee con frecuencia” y, además, añade que “los jóvenes leen por obligación”. Lo más resaltante del estudio es que responde cuantitativamente al tipo de lectura que interesa a la población y comprueba aquello que describió Arturo Uslar Pietri en su artículo *El analfabetismo funcional* (1993): los lectores leen menos libros ya que la búsqueda de información no se subordina a ellos debido al aumento creciente de los *mass media*.

Aunque Uslar Pietri y, más recientemente, Mario Vargas Llosa con su ensayo *La civilización del espectáculo* (2012) ven con preocupación el creciente abandono de la tradición libresco, estamos lejos de un proceso de analfabetismo. Contrariamente a la posición apocalíptica del conservadurismo intelectual, lo que sucede es que estamos en presencia del desarrollo de nuevos referentes de lectura. Las lecturas del *picoteo*, propias de un consumidor que requiere de una información inmediata a través de plataformas que respondan a esa inmediatez, han propiciado la importancia que han adquirido las nuevas tecnologías de la información y viceversa. La cultura multimedia ha propiciado nuevas formas de leer y ha abierto nuevos horizontes de expectativas en los jóvenes y no tan jóvenes lectores.

Norma González Viloria, experimentada promotora de lectura y profesora de la cátedra de literatura infantil y juvenil del Instituto Pedagógico de Caracas (IPC-UPEL), afirma que más allá de las cifras que manejan organismos oficiales y académicos, hay una percepción de que los jóvenes están leyendo más. La catedrática coincide en que la interacción de las redes sociales y el atractivo de los nuevos dispositivos electrónicos han favorecido no solo la lectura, sino la escritura. Sin embargo, resaltó que si bien hay empatía con respecto al canon, los jóvenes sienten interés por temas y tramas propias de la tradición literaria. Además, no duda en afirmar que la mejor promoción de la lectura la da el docente. Si este no tiene las competencias, actualización y motivación, no podrá ser un buen mester de *lecturía* que engendre en sus alumnos el amor a la literatura.

Después de este panorama, cambiemos la formulación del problema: ¿Qué literatura leen los jóvenes en Venezuela? Aunque no tenemos un padrón estadístico de los títulos que frecuentemente consumen los jóvenes lectores en el territorio nacio-



La catedrática coincide en que la interacción de las redes sociales y el atractivo de los nuevos dispositivos electrónicos han favorecido no solo la lectura, sino la escritura.

nal, podemos responder a la pregunta utilizando los referentes que manejan los diarios y revistas especializadas de los países que detentan el monopolio editorial de habla española¹. Observamos que el joven lector venezolano lee principalmente sagas.

A continuación señalamos algunos títulos que, desde la experiencia paterna y docente, podemos resaltar en el universo de la lectura juvenil.

a) Los magos

Gracias al éxito alcanzado en Europa y los Estados Unidos y la unificación del consumo como resultado de la globalización del mercado, llega a Venezuela, a final de la década de los noventa, la primera novela de la saga de la escritora británica J. K. Rowling, titulada *Harry Potter y la piedra filosofal*. Esta obra, la primera de la heptalogía, influyó profundamente la estética de la recepción nacional. Al principio la obra llegó a un público de una clase social con acceso a las restringidas mercancías producidas en las metrópolis del primer mundo. Poco a poco fue entrando en los colegios privados debido a la flexibilización de los programas de estudio por parte de algún docente avisado y la presión ejercida por los propios estudiantes interesados en leer lo que está de moda, para luego llegar a todos, a una gran masa de lectores. Si a esto le sumamos que el libro de Rowling fue acompañado por la producción cinematográfica, la cual terminó por insuflar las ansias por devorar la obra, nos encontramos con que *Harry Potter* dejó de ser una simple novela para transformarse en un producto *pop*. Gracias a su creciente popularización, la obra pasó de las costosas librerías al despido de la buhonería, de la fotocopia al texto electrónico pirata, del colegio a la Universidad. Sin embargo, los campos intelectuales, llámese Departamento de Literatura o Escuela de Letras si-

guen reticentes a incluir este tipo de textos dentro de sus repertorios académicos.

¿Qué ingredientes tiene la obra de *Harry Potter* que no solo ha logrado aumentar los números de lectores a nivel mundial, sino satisfacer sus expectativas? Fundamentalmente la obra se inserta dentro de la literatura fantástica y narra la aventura del reconocimiento, educación, madurez y hazañas de un mago adolescente. Como se puede observar, no hay gran novedad con respecto a la tradición del *epos* tradicional donde un héroe en estado de minusvalía logra, gracias a sus poderes físicos y espirituales, sobreponerse a los obstáculos y alcanzar los objetivos que lo trasciendan como representante de un *ethos* social. Sin embargo, elementos como el uso y potenciación de la magia como atributo capaz de cambiar las situaciones según los deseos; la distensión de la historia gracias al desarrollo del personaje en diferentes libros y sobre todo la aparente desterritorialización de los acontecimientos narrados, son imaginarios que enamoraron al joven lector deseoso de evadir una realidad deprimente y depresiva. Todavía está por estudiarse el impacto de las aventuras del mago adolescente en los cambios producidos en los hábitos lectores en las generaciones recientes dentro del país. Lo cierto es que esos lectores de *Harry Potter* son los principales consumidores de las sagas, tan de moda en el mundo editorial.

b) Vampiros

Con la publicación de *Drácula* de Bram Stoker en 1897, el tema del vampiro no ha dejado de perder interés a lo largo del siglo XX e inicios del XXI. Hay una pulsión siniestra que lleva a los lectores y espectadores a satisfacer la sed con las historias de los *nosferatus*. En las narraciones de vampiros no solo se juega con las emociones del relato de terror, sino que hay un proceso de identificación con las historias donde el protagonista, para sobrevivir, tiene que consumir la vitalidad de los otros; además, hay un perverso atractivo por el exceso de lo normal que tiene toda representación monstruosa.

Uno de los éxitos editoriales centrados en el tema de los vampiros lo encontramos en la saga escrita por la escritora norteamericana Stephenie Meyer, titulada *Crepúsculo* (2003). Al igual que *Harry Potter*, la obra escrita ha estado acompañada y promovida por su versión fílmica. También evidenciamos cómo su consumo la ha llevado de las librerías a los libreros de



calle, aunque dudamos que forme parte de los programas diseñados por los profesores de la educación básica y diversificada. Advertimos, adicionalmente, que la población lectora de esta saga es fundamentalmente femenina. La razón es que la obra narra la aventura amorosa de Bella, adolescente depresiva y desarraigada de su entorno, con el romántico vampiro Edward Cullen. Drama, cargado de intrigas y desencuentros, pero que termina por el logro del objetivo planteado por la protagonista: transformarse, a través del amor, en parte de la aristocracia vampírica. Creemos que esta obra fantástica vuelve a mostrar las necesidades de una juventud desilusionada de su contexto axiológico y anhelosa por un mundo diferente pero, paradójicamente, nostálgico de ciertos valores desechados por la sociedad de consumo como la caballerosidad, la pertenencia familiar y, sobre todo, la amistad. Añadimos que la obra juega con seductora combinación entre la barbarie, representada por el clan de hombres lobos y los vampiros, y la organización civilizatoria. Pareciera que las jóvenes lectoras de *Crepúsculo* desean proyectarse en Bella y su protesta contra el superfluo mundo real, prefiriendo las sugerencias del mundo sobrenatural.

c) Detectives

Los relatos detectivescos siempre han sido del agrado de los lectores. No en balde se les ha incluido dentro de la categoría *literatura de kiosco*, dado su consumo y popularidad. Grandes escritores han ejercitado este género: Poe, Borges, Cortázar, etcétera, y otros lo han inmortalizado como Sir Arthur Conan Doyle, Agatha Christie, Simenon, Chesterton, Chandler... En estos relatos la estructura de *puzzle* busca resolver un enigma gracias a las deducciones e inducciones de un personaje que funge como detective. El lector no solo lee, sino que juega. Si al carácter lúdico de su trama (enigma-investigación-solución) le agregamos dosis de suspenso, violencia y sexo, tendremos un coctel muy atractivo para los lectores, y más si son jóvenes.

La trilogía *Millennium* (2008-2009) del escritor sueco Stieg Larsson, cumple con los requerimientos de un relato policial, pero sumándole la muy buena construcción del personaje de Lisbeth Salander. En ella se reúnen las características de sujeto inteligente e irreverente con la patología de una sociedad de control que penaliza cualquier síntoma de diferencia. La joven Salander conjuga una poderosa in-

El lector no solo lee, sino que juega. Si al carácter lúdico de su trama (enigma-investigación-solución) le agregamos dosis de suspenso, violencia y sexo, tendremos un coctel muy atractivo para los lectores, y más si son jóvenes.

teligencia adiestrada en el manejo de las tecnologías de la información con una energía física que la convierten en una peligrosa arma. Golpeada por una estructura de poder, Salander ha generado una capacidad de justicia que linda con la cuestionable venganza; pero también se ha convertido en una especie de *hacker* que busca desenmascarar las patrañas de un sistema signado por la corrupción. Entendemos que Salander se hace atractiva para los lectores inconformes del *status quo* que los rodea, en especial las mujeres indefensas que sufren el violento falocentrismo de las estructuras dominantes.

d) Fanfiction

Con este término los jóvenes han encontrado un espacio de convergencia para definir los relatos que readaptan un texto literario clásico o moderno, una película, un video juego, en otros. Dejando a un lado las imprecisiones de tal categoría genérica, es importante resaltar que los *fanfiction* son una muy acertada representación de la lectura como potencia: un texto clásico es leído y readaptado en otro relato con un lenguaje acorde al manejo por el contexto del novel lector. Clásicos como *La Odisea*, *La Divina Comedia*, *El Quijote*, por nombrar algunos, son reconvertidos en obras potables para un consumidor que carece de la cultura filológica. Aquí entraría un amplio abanico de títulos que toman estructura, temas, argumentos y personajes del pasado literario y cinematográfico. Un repertorio variopinto que va desde la novelas gráficas hasta los *animé* japoneses, pasando por las sagas *El señor de los anillos* de Tolkien, *Las crónicas de Narnia*, de C.S. Lewis, *Los juegos del hambre* de Suzanne Collins, *Juego de tronos* de George R. R. Martin, *La saga*

de los confines de la escritora argentina Liliana Bodoc, *Dragón* del escritor venezolano y egresado de la UCAB, Ricardo Riera, entre otros, hasta llegar a los cómic e historietas. Los *fanfiction* es un sinónimo de los intereses de los jóvenes lectores. El mercado de los libros ha tomado muy en cuenta a este género ya que es lo que más se lee; sin embargo la academia, la *Academia*, sigue sin interesarse por este tipo de literatura bajo el argumento, poco sostenible, de su pobreza estética. Son los propios alumnos, estudiantes de literatura o Letras, quienes han tratado de legitimar este tipo de género con sus investigaciones. Por eso es importante subrayar que los *fanfiction* son un género creado por los lectores.

e) Erotismo

Según George Bataille, lo erótico se define a partir del espacio de la prohibición de nuestra animalidad representada por el instinto de reproducción. Lo erótico sería –es– la forma discontinua que atempera, o mejor, civiliza nuestra sexualidad. En tal sentido, la representación erótica escenifica la tensión del cuerpo que lucha por mostrar/esconder lo que el pudor cultural impide.

La literatura erótica forma parte del canon lector de los jóvenes. En los adolescentes es común la curiosidad por develar las travesuras del cuerpo. De hecho, el joven es un frecuente consumidor de material pornográfico. Desafortunadamente, las instituciones educativas han optado por la censura de este tipo de literatura y no por la adecuada educación sexual.

Subvirtiéndolo los mecanismos de control, los jóvenes se han sumado a la lectura de la trilogía de *Las cincuenta sombras de Gray*, *Cincuenta sombras más oscuras* y *Cincuenta sombras liberadas* de la escritora y ama de casa E.L. James, publicadas en 2011. Una saga sobre la pasión de una universitaria, Anastasia Steel, por un exitoso empresario: Grey. Este personaje, millonario y refinado, esconde un pasado oscuro reflejado en sus perversiones sexuales y su enfermiza relación con las féminas. La novela es un repertorio de actividades sadomasoquistas, dentro de ambientes diseñados para la explotación del amo sobre el esclavo. Pero, a pesar de la subordinación a lo erótico, la trama narra la redención de Gray gracias al poder del amor. La única forma de trascender las paradojas entre el instinto y la civilización es mediante el sacrificio de los sentimientos. Creemos que la atracción de este texto

para los jóvenes está en el deseo intrínseco de los lectores por salvar, como la protagonista, al hombre de su propio egoísmo, pero también se espeja el interés de toda mujer por encontrar un varón, que además de ser un experto, misterioso, perverso y tierno amante, sea económicamente solvente.

f) *Venezolanos*

Como docentes podemos percibir que los jóvenes no leen por cuenta propia a los autores más importantes de la literatura nacional. La percepción negativa que tienen del país se transfiere al poco o nulo consumo de la producción artística *made in Venezuela*. Si a este hecho le sumamos la poca valoración de una literatura mal promovida por los docentes de educación media y diversificada, la amnesia de la experiencia de la inmediatez de las nuevas generaciones, la poca importancia que se le da a la historia y a las tradiciones gregarias de pertenencia, tenemos entonces no solo un panorama de rechazo y de indolente ignorancia; los estudiantes de bachillerato pueden saber los nombres de Rómulo Gallegos o Arturo Uslar Pietri, pero no los han leído. *Son un fastidio*, es la opinión más común en boca del joven lector.

Sin embargo, en los últimos tres años encontramos que esa manifestación de abulia con lo nacional ha encontrado un sitio en el quehacer escriturario de algunos jóvenes autores. Los temas como el desarraigo, el *me quiero ir demasiado*, la apostasía hacia todas las reliquias de la patria y renegar sobre una ideología oficial, se han convertido en atractivo para los lectores. De ahí el éxito de *Blue label / Etiqueta azul* (2010) novela del escritor egresado de la Escuela de Letras de la UCAB, Eduardo Sánchez Rugeles.

Irónicamente, *Blue label / Etiqueta azul* ganó el premio Iberoamericano de literatura Arturo Uslar Pietri: decimos irónico, porque Uslar fue un ferviente defensor de los valores nacionales a pesar de que ha sido uno de los estudiosos más emblemáticos del problema de la venezolanidad. Esta novela se presenta como un *road movie* del desencanto de los valores que precisamente sostuvo el ilustre caraqueño.

Blue label / Etiqueta azul narra el viaje de una adolescente para buscar las señas de su abuelo francés con el fin de iniciar el proceso burocrático que le permita adquirir otra nacionalidad y salir indefinidamente del país. Desde los orígenes del *epos*, los viajes son un símbolo de lo ini-



Por otra parte, insistimos que la promoción de la lectura va de la mano con el mejoramiento profesional de los promotores. Hay que leer más para enseñar la lectura.

ciático, un periplo hacia los orígenes, una búsqueda del padre, una vuelta a la patria. En fin, los viajes están marcados por la pertenencia, por el arraigo. Se retorna para dibujar la identidad. Odiseo necesitaba reconocerse en Ítaca, Don Quijote en la patria imaginaria de los libros de caballería, ya que la real lo tenía desechado como un simple hijo de algo. Por el contrario, la opera prima de Sánchez Rugeles es un viaje por la desterritorialización. Desde el sugerente epígrafe, pasando por las constantes referencias de una geografía e historia irreconocibles y despreciadas para la protagonista Eugenia, hasta las repetidas desestimaciones hacia la familia y la sociedad, la obra se muestra como el producto de la saturación de un imaginario simbólico de la memoria. Ricoeur diría que en la aventura del olvido: hacemos de este una estrategia para deconstruir el aparato ideológico de las tramas y sus imaginarios cuando hay un abuso de la memoria oficial. El sujeto prefiere desaparecer antes que ser identificado con una determinada mitología ideológica. Llámese venezolano o caraqueño.

Como consecuencia inevitable de ello, el ser en el mundo del personaje Eugenia se resquebraja y los procesos de la memoria terminan por fragmentarse. Al no haber una memoria colectiva aceptada, las tramas se descomponen o sus referentes pierden el sentido fundacional. De ahí que se busca no ligaduras de una memoria configurada, sino la posibilidad de un desprendimiento. Es así como observamos la cantidad de manifestaciones de asco que logran excluir, arrastrándola a ella misma en la exclusión. Por ejemplo, “no me gusta mi casa”, “me quiero ir de esta mierda...”, “Venezuela es una especie de Edad Media alternativa sin padres de La Iglesia, ni proyectos imperiales,

pura barbarie”; “Venezuela es sólo un mapa de libro en forma de pistola”, “No me gustan las carreteras de Venezuela”, “mi mundo estaba saturado de mamarrachos congénitos” para al final decir reiteradamente: “no valgo una mierda...mi vida es un despropósito”.

Ahora bien, al no encontrar la memoria un *mithos* capaz de configurar la experiencia, ¿Es *Blue label / Etiqueta azul* una novela de vanguardia que propone nuevas estructuras narrativas? No. Por el contrario, Eduardo utiliza la trama del viaje, o configuración natural del *epos*, pero para desarraigar. Los únicos procesos de pertenencia están en la configuración narrativa y lingüística del desarraigo. En ese sentido, el personaje solo construye sus experiencias a través de la contingencia como única forma de desestructurar los mecanismos de los grandes relatos. Eugenia es una venezolana que no quiere serlo, es una chica determinada no solo por los modos y medios de producción, sino por la desilusión y todo su lenguaje. Ella no tiene una memoria histórica, solo la memoria de la cotidianidad en un lenguaje escatológico ajustado a su medida. Sus amigos, necesarios para toda la configuración de su memoria colectiva, son los que como ella desean desarraigarse. Para ella la narración no es el encuentro con las pequeñas huellas del evento, en sus triunfos y fracasos. Venezuela es un discurso derrotado, lo que queda es la trama individual de una joven con su desesperanza a cuestas. Parafraseando a Merleau-Ponty, el cuerpo de Eugenia era su absoluto, su punto de referencia. Su formación, sus emociones, sus sensaciones están alineadas y no alienadas a otras experiencias con parecido marco ideológico: la derrota. El arraigo que debe ser desactivado en el devenir. Lo que permite que no se desaparezca por completo es, en primer lugar, las referencias a la música y la propia narración. Estas super-estructuras permiten la refiguración y, en definitiva, ganar un premio de literatura nacional.

El éxito de la novela ha sido tal que lleva ya unas cuantas reediciones y empieza a formar parte de los repertorios de algunos docentes rupturistas. Además prontamente será adaptada al cine.

Hemos tratado de responder a la pregunta que nos formulamos al inicio de este imperfecto opúsculo dejando a un lado al estudiante universitario y, sobre todo, a los alumnos de literatura. Estos tienen un programa y están contaminados de una teoría que los direcciona a transformar al libro en un objeto estético. Lo que implica dis-

tanciamiento y rechazo a caer en la trampa de las lecturas éticas o subjetivas. Cuando respondemos a la pregunta, lo hacemos pensando en el minoritario, pero valioso, lector común. Ese consumidor que quiere abismarse en el espejo de experiencias imaginarias para salir de la inopia de una realidad insatisfactoria o para reconocerse con las peripecias de los entes de ficción.

Por otra parte, insistimos que la promoción de la lectura va de la mano con el mejoramiento profesional de los promotores. Hay que leer más para enseñar la lectura. Hay que interpretar mejor los horizontes de expectativas de nuestros jóvenes lectores para elaborar repertorios que les permitan descubrir que los libros, viejos o nuevos, siempre tienen algo que decirnos.



Los temas como el desarraigo, el me quiero ir demasiado, la apostasía hacia todas las reliquias de la patria y renegar sobre una ideología oficial, se han convertido en atractivo para los lectores.

LUIS ALFREDO ÁLVAREZ AYESTERÁN
Profesor en UCAB y UPEL. Master en Filología Hispánica por el CSIC (Madrid)

Notas

- 1 Publicaciones periódicas españolas como *El mundo* y *ABC* tienen sendos encartados donde destaca la labor cultural de la península. “El Cultural” y el “Cultural ABC” señalan semanalmente los títulos más vendidos por las librerías.



CENTRO
GUMILLA

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



Tarifas de suscripción Revista SIC

VENEZUELA

Correo ordinario	Bs.F.	500,00
Suscripción de apoyo	Bs.F.	1.000,00
Suscripción electrónica	Bs.F.	250,00
Número suelto	Bs.F.	50,00

Para suscripciones desde el extranjero comunicarse con el Centro Gumilla

BUZONES CORREO ELECTRÓNICO

REDACCIÓN SIC / sic@gumilla.org

REDACCIÓN COMUNICACIÓN / comunicacion@gumilla.org

UNIDAD DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org

ADMINISTRACIÓN / administracion@gumilla.org

El fin de la literatura: ¿es literatura la novela?

Se trata de analizar, mejor comentar a la manera de una crónica periodística, si la novela es literatura o el fin de la literatura. Para ello el autor se vale de varios ensayos que coinciden en analizar los conceptos de literatura y de novela a la luz de nuevas propuestas.

■ FRANCISCO R. PASTORIZA

◆ ¿Que es la literatura? Es esta una pregunta que nunca ha tenido una respuesta satisfactoria para todo el mundo y menos para los que de una u otra forma se han dedicado a escribir sobre el tema, ya sea desde la creación o desde el análisis. Por cierto, ¿son literatura los análisis sobre la literatura?

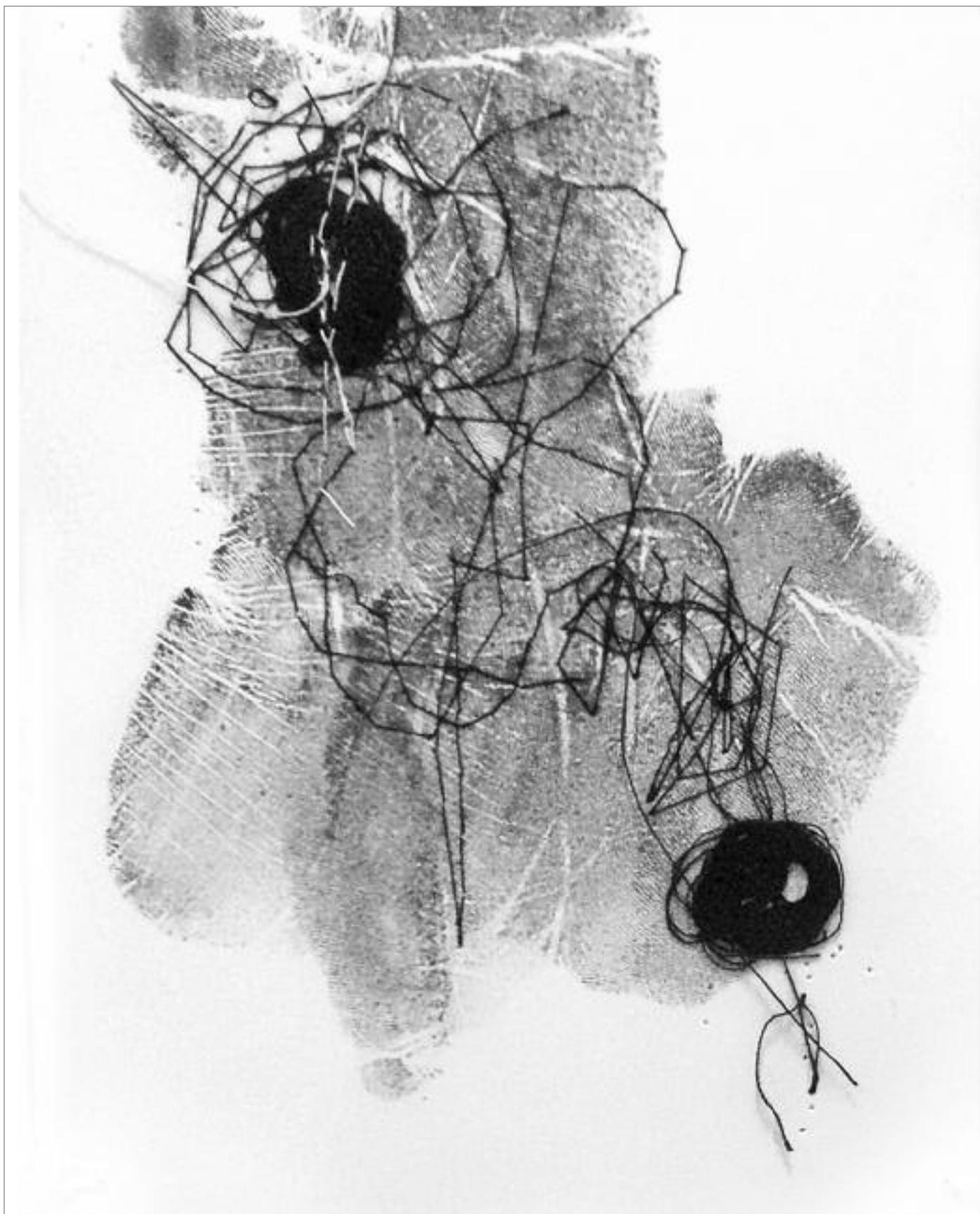
Jean Paul Sartre escribió precisamente con el título de *¿Que es la literatura?* (Ed. Losada, 1967) uno de los ensayos más lúcidos y también más controvertidos sobre el tema. Antes y después llegaron otras aproximaciones desde el marxismo, la semiótica, el psicoanálisis, el estructuralismo o los estudios culturales, de la mano de autores como Roland Barthes, Jacques Derrida, Tzvetan Todorov y otros pensadores que fueron añadiendo nuevas consideraciones al concepto de literatura. Las reflexiones de mayor aceptación han sido las que en los últimos años proceden del campo de la *Literatura comparada*, como los de George Steiner y, en menor medida, de lo que se viene llamando *filosofía de la literatura*.

En este último se sitúa la obra de Terry Eagleton, profesor de Teoría cultural de la Universidad de Manchester, de quien se acaba de publicar en España su obra *El acontecimiento de la literatura* (Península), un ensayo entretenido a pesar de lo que pueda parecer por el tema y el campo del que procede, gracias sobre todo a la utilización de un lenguaje liberado de la críptica terminología al uso y de un sentido del humor que se agradece en obras como esta.

La manía de la definición

¿Es necesaria una definición de lo que es literatura? Esto es lo primero que se plantea Eagleton en el prólogo de esta obra ya que, siguiendo a Wittgenstein, unas veces necesitamos una definición y otras no. Y no está muy claro que en el caso de la literatura tengamos esa necesidad. De hecho, no existe nada que podamos considerar como una definición exacta de literatura.

El primer planteamiento sobre lo que pueda ser la literatura procede de la consideración de lo que es la ficción. En principio parece que el requisito indispensable para que una obra sea considerada literaria sería que fuera ficticia, pero eso excluiría a las novelas históricas y a aquellas que se basan en hechos reales. Ficción y literatura no son sinónimos y, por lo que se sabe, las obras literarias de mayor aceptación (y esto es extensible a otras formas de expresión como el cine) son aquellas cuyas historias resultan más verosímiles o se basan directamente en hechos reales. Frank McCourt escribió *Las cenizas de Ángela* como un relato verídico, pero todo el mundo consideró que era una novela. Sin embargo no deja por eso de ser una historia real. Un obispo del siglo XVIII arrojó al fuego *Los viajes de Gulliver* mientras exclamaba indignado que no creía una palabra de lo que allí se decía. Por otra parte, si bien es cierto que la imaginación es una de las capacidades humanas más nobles, al mismo tiempo es también de las más infantiles y regresivas, tan próxima a la fantasía. Y ya se sabe que



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

para el psicoanálisis, buena parte de lo que llamamos realidad no es sino pura fantasía.

La estética del lenguaje es otro de los requisitos que se aplican a la consideración de lo que es literatura. Pero, aparte de que lo estético es un valor variable cultural e históricamente (las obras de John Locke e Isaac Newton difícilmente serían calificadas hoy de literarias), la utilización de elementos lingüísticos y figuras retóricas no es en la actualidad monopolio de la literatura: “es posible encontrar tanta sinécdoque en los anuncios de jabón como en un texto de Heinrich Heine”, dice Eagleton. Además, el valor literario es completamente independiente de la verdad o falsedad de las ideas de una obra.

En cuanto a la antigüedad, es una realidad que cuanto más remoto es un texto escrito más posibilidades tiene de ser considerado como literario. Las *Geórgicas* está considerada como una de las grandes obras de la literatura clásica. Hoy difícilmente sería considerada como literatura, ya que no es sino un manual sobre prácticas agrícolas.

Cinco serían las características que, según Terry Eagleton, sirven para identificar una obra literaria: la ficción, la moralidad (que arroje intuiciones sobre la experiencia humana), la utilización de un lenguaje realzado o figurativo, que no tenga utilidad práctica (como lo tiene por ejemplo la lista de la compra, dice Eagleton) o que constituya un texto muy valorado. Las obras que poseen todos estos factores son las que se consideran más literarias, pero la ausencia de alguno de ellos no es suficiente para dejar de considerar una obra como literatura. De todas estas propiedades cualquier obra calificada de literaria debe tener al menos alguna, pero puede que dos obras literarias diferentes no tengan ninguna propiedad en común. Una novela de Agatha Christie tiene pocas similitudes con un soneto de Petrarca, pero no hay duda de que ambas sean obras literarias.

El valor de la literatura

¿Cuál es el valor literario de una obra? Es otra de las preguntas que se plantean en este ensayo, dadas las opiniones diversas sobre la calidad de la literatura y sus objetivos. ¿Solo es literatura la buena literatura? ¿Es un oxímoron la expresión literatura popular? ¿Es la crítica literaria la que legitima la calidad de una obra? Tradicionalmente, el valor de una obra literaria era el de su capacidad para perturbar la



En la Inglaterra victoriana se animaba a leer a los hombres y mujeres de la clase trabajadora para enriquecer su cultura, pero también para distraerles sobre sus privaciones. Para los comisarios culturales, en esa situación la lectura era una alternativa para evitar la revolución

ideología en el seno de la cual se sostenía, aunque a veces no es la interpretación de la obra por parte del lector la que condiciona este objetivo. Según Umberto Eco, los textos de una obra literaria pueden reforzar los códigos, además de cuestionarlos: en la Inglaterra victoriana se animaba a leer a los hombres y mujeres de la clase trabajadora para enriquecer su cultura, pero también para distraerles sobre sus privaciones. Para los comisarios culturales, en esa situación la lectura era una alternativa para evitar la revolución.

La desaparición de la novela

Para Luis Goytisolo solo merecen el nombre de novela aquellos escritos que tengan una cierta calidad literaria. Por eso para este escritor, no es que la novela ya no exista, sino que lo que no existe es la buena literatura, sustituida en la actualidad por los best-sellers, una literatura de consumo que propicia la infantilización y el adocenamiento del gusto. En *Naturaleza de la novela*, premio Anagrama de ensayo 2013, Goytisolo afirma que el género de la novela ha dejado de renovarse, de abrir nuevos caminos, y quienes lo cultivan no hacen sino repetir unas mismas fórmulas con mayor o menor talento. *El declive coincide con el auge de los productos audiovisuales y la pantallización de la cultura a través de la televisión, las consolas de videojuegos, el ordenador y los teléfonos móviles*. Una situación, además, bendecida por unos planes de enseñanza que han eliminado unos conocimientos que incluían hace algunos años. La pérdida de esos conocimientos explicaría en parte el éxito de los nuevos productos. El peligro

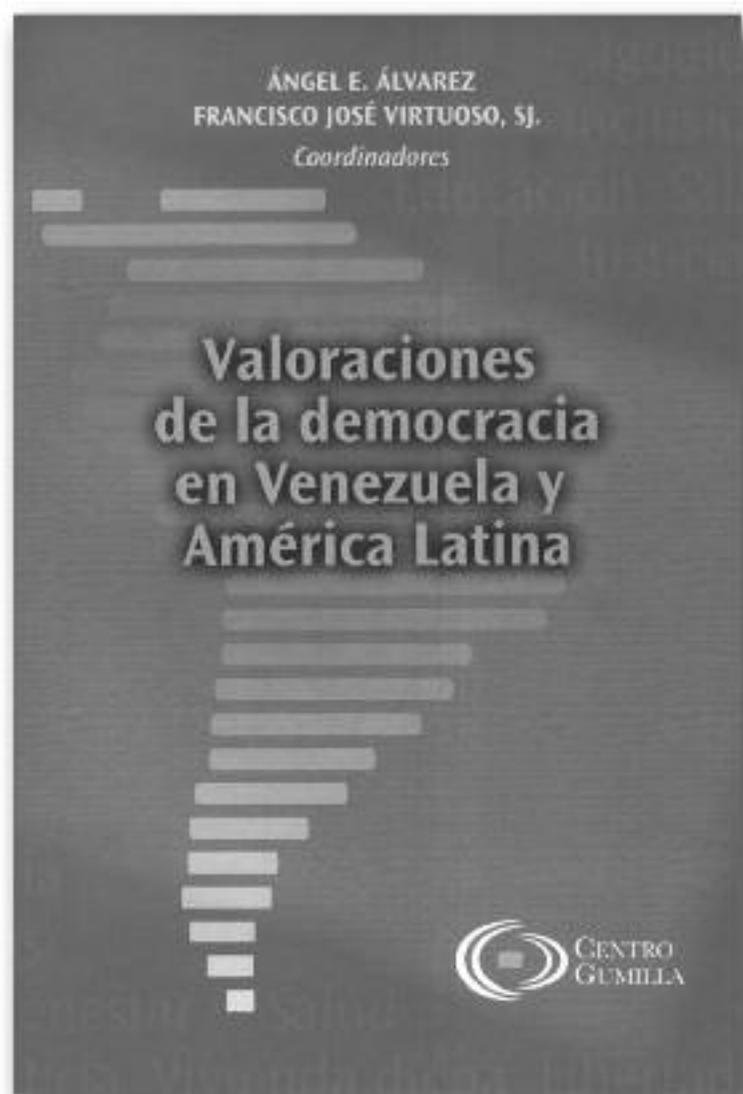
de que la lectura se convierta en una actividad especializada, en algo prescindible para las mayorías, no es que constituya un riesgo para el futuro sino que, para Goytisolo, *ya estamos en ello*. El verdadero problema es que la desaparición de la lectura conduce a la desaparición de la creación literaria: “Una vocación de novelista difícilmente va a surgir en quien se ha formado en un medio donde la cultura y los conocimientos adquiridos y el empleo del tiempo libre poco o nada tengan que ver con la creación literaria” (p.174).

La llamada crisis de la novela, que se viene manifestando desde la segunda mitad del siglo XX, está a punto de terminar con la desaparición de un género que ha durado alrededor de cuatro siglos. En esta obra Luis Goytisolo hace un recorrido por la historia de la novela desde sus primeras manifestaciones, dando una gran importancia para la evolución del género a la difusión de los textos bíblicos del antiguo y nuevo testamentos a raíz de la aparición de la imprenta, que facilitó la lectura en solitario. Resulta muy interesante su distinción entre la novelística bíblica, inspirada en el antiguo testamento, en la que el mundo se presenta como una fuerza superior inapelable, y la evangélica, basada en el nuevo testamento, en la que el yo se enfrenta al mundo impulsado por un fuerte propósito. Goytisolo traza un hilo conductor de la novela cuyos orígenes sitúa en la epopeya clásica, el *Cantar de Roldán* y el *Mío Cid*, que pasa por la *Divina Comedia*, *El Decamerón* y *La Celestina* y desemboca en el *Quijote* como punto de partida de un nuevo género. Un género que se consolida en el siglo XIX con autores como Goethe, Stendhal, Balzac, Flaubert y Dickens. Que alcanza un alto nivel con la literatura rusa (Tolstoi, Dostoievski) y norteamericana (Melville, Henry James) y que llega a su punto culminante en la primera mitad del siglo XX con Proust, Joyce, Thomas Mann, Kafka, Musil y la generación perdida americana (Fitzgerald, Dos Passos, Hemingway y sobre todo Faulkner). A partir de este punto, según Goytisolo, la novela iniciaría un declive que en la actualidad la estaría llevando a su extinción como género.

FRANCISCO R. PASTORIZA

Doctor en Ciencias de la Información y profesor en la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado como redactor de informativos y programas en diversas cadenas de radio y varios periódicos.

Nueva publicación del Centro Gumilla



Valoraciones de la democracia en Venezuela y América Latina

Francisco José Virtuoso s.j.
y Ángel Álvarez

La investigación Valoraciones de la democracia en Venezuela y América Latina responde a la necesidad de evaluar la calidad de la democracia que hoy tenemos, después de un intenso debate sobre sus significados y fines, y de un largo proceso en el país y en la región dirigido hacia la transformación de sus estructuras y modelos de funcionamiento.

¿Cuál es la calidad de nuestros regímenes políticos?

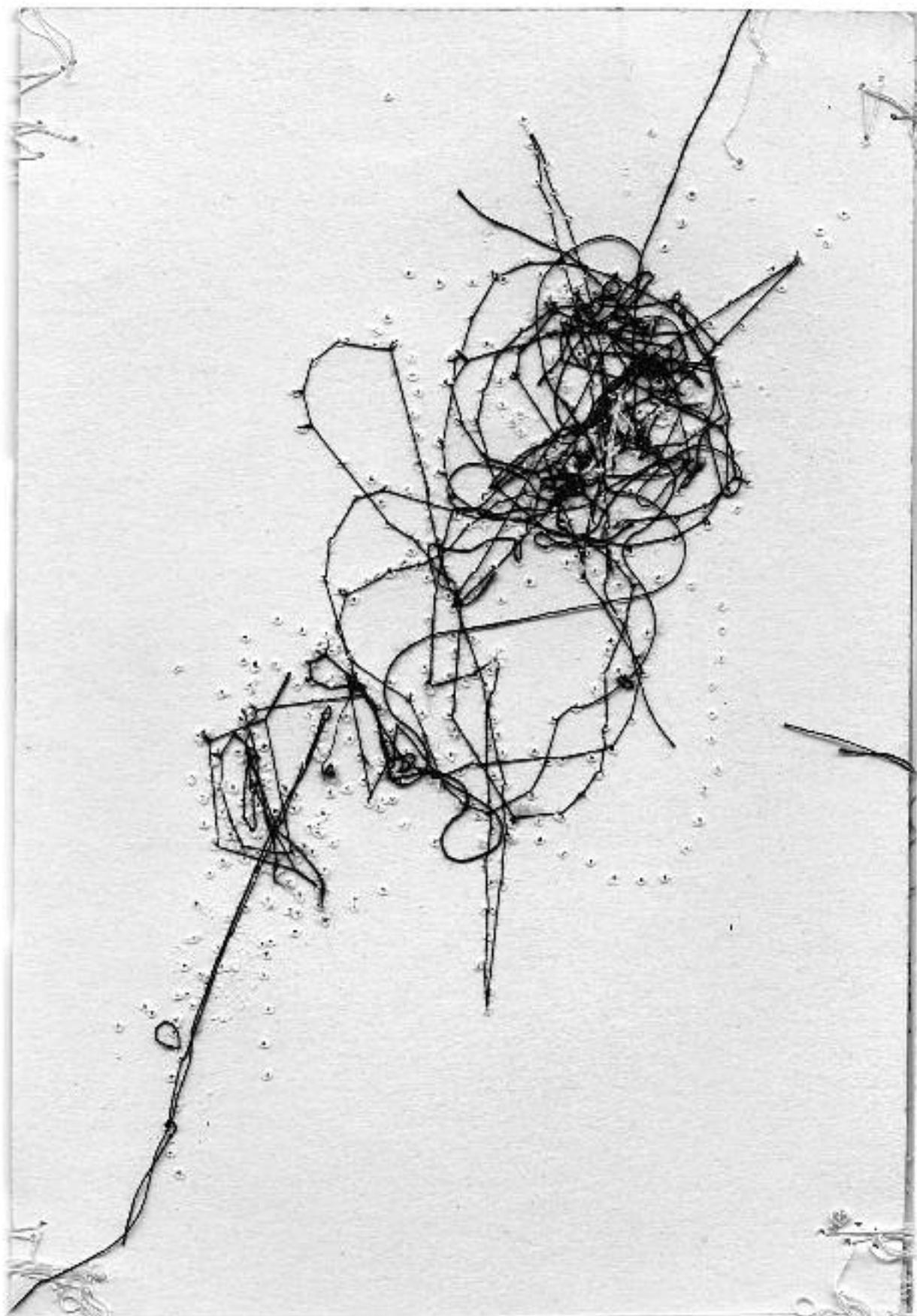
¿Cuáles son los significados que hoy evoca el término democracia?

¿Qué fines se plantean nuestras democracias?

¿Cuáles son sus principales valores?

Desde estas preguntas nace la investigación cuyos finales compendiamos en este texto.

Adquiéralo a través de los números (0212) 564 9803 o (0212) 564 5871



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

Cruje la hegemonía CULTURAL

¿Quién tiene la hegemonía? ¿Es la cultural o la militar la que más cuenta? ¿Es la económica o la tecnológica la que más se hace sentir? ¿Más periódicos, más televisoras, más radioemisoras, más Internet? En los países más desarrollados la industria cultural está girando, en busca de otros ejes. Mayor concentración de medios, pero menores audiencias; más alcance y mayor cobertura, pero menores ingresos. Más tecnología en manos de los ciudadanos, mayor acceso a la información por vías no tradicionales. Los esquemas se han roto. La medida es el número de páginas vistas de un sitio web y el ingreso por publicidad versus el número de ejemplares y revistas vendidos, el número de oyentes de la radio, el número de televidentes más el ingreso publicitario. La ola continúa creciendo. Internet ocupa y posee cada vez más territorios.

El informe del Congreso de la Asociación Mundial de Editores de Periódicos (Bangkok, junio 2013) y el *XIV informe anual sobre medios y entretenimiento de PriceWaterhouseCooper* (PWC, junio 2013) revelan que mientras la hegemonía a duras penas se conserva en los centros ultradesarrollados, en un puñado de países en desarrollo, incluyendo algunos de América Latina, el crecimiento de la industria cultural tradicional no tiene parangones, asimismo Internet.

—Las empresas de entretenimiento y medios de comunicación (E&M) continúan mejorando su juego en cuanto a agilidad operativa y conocimiento del cliente. La innovación digital constante es la

nueva enseña de la industria. En todo el mundo, el acceso de los consumidores a contenidos E&M se democratizó debido a la expansión del acceso a Internet y al crecimiento explosivo de los dispositivos inteligentes (smartphones). Sin embargo, los medios no digitales seguirán dominando la escena E&M, en general, en cuanto a gasto a nivel mundial durante los próximos cinco años. En todo caso, el crecimiento será en formato digital. Es una de las conclusiones del informe de doscientas páginas de *PWC*.

—Cada día leen un diario impreso 2 mil 500 millones de personas, y unos 600 millones acceden a prensa digital. Pese a la crisis, la circulación de periódicos solo disminuyó 0,9% en 2012 a nivel mundial en comparación con 2011. El crecimiento de las tiradas en el este del planeta (1,2% en Asia, 3,5% en Australia y 1,0% en Nueva Zelanda) permitió compensar las bajadas en el resto (-8,2% en Europa del Este, -6,6% en América del Norte, -5,3% en Europa Occidental, -1,4% en Oriente Medio y Norte de África). Los ingresos por publicidad de la prensa disminuyeron 2% a nivel mundial en 2012 respecto al año anterior. América del Norte bajó 7,6%, Europa Occidental 3,4%, Europa del Este 5,6% y Australia y Nueva Zelanda 8,3%. En cambio, la inversión en anuncios se elevó 9,1% en la prensa de América Latina, 3,6% en Asia y 2,3% en Oriente Medio y el Norte de África. En conjunto, en los últimos cinco años la caída de la facturación ha sido de 22%, en gran medida porque el primer mercado del planeta, EEUU, se desplomó 42%.

El texto hace una reflexión a partir de las conclusiones a la que llegaron dos eventos mundiales sobre el tema de la denominada hegemonía cultural: el Congreso de la Asociación Mundial de Editores de Periódicos (Bangkok, junio 2013) y el XIV informe anual sobre medios y entretenimiento de PriceWaterhouse Cooper (PWC, junio 2013).

¿Conclusión a la que se llega? Los medios de comunicación de masas o “medios convencionales” han ido perdiendo terreno en el campo del consumo. ¿Entonces? Más tecnología en manos de los ciudadanos, mayor acceso a la información por vías no tradicionales. Los esquemas se han roto.

■ VÍCTOR SUÁREZ

Inside Telecom

Son algunas de las conclusiones del Congreso Mundial de la WAN-IFRA, resumidas por el diario madrileño *El Mundo*.

Para PWC, en los próximos cinco años los principales mercados en la industria editorial serán Brasil (crecimiento de 4%), Indonesia (9%), India (10%) y China (6%). Estados Unidos, Japón, Italia y Alemania son los países en los que esta industria mermará más (un promedio de 3% menos).

Y dice PWC: para aprovechar este crecimiento y convertirlo en aumento de los ingresos, las empresas de E&M digitales de todo tipo están evaluando sus ventajas competitivas y así aprovechar sus posiciones en la evolución de los ecosistemas, tomando en cuenta el consumidor conectado en su núcleo. Para lograr esto con éxito, cada participante de la industria tendrá que invertir en innovación constante, abarcando todos sus productos y servicios, sus modelos de negocio y operativos, y –lo más importante– la experiencia del cliente, la comprensión y el compromiso.

El espacio digital representará 11% de los ingresos globales de los periódicos en 2017, frente a 5% en 2012. Pero la influencia de la digitalización es mayor que la proporción de los ingresos que se sugiere: está cambiando la definición de un periódico. El impreso es solo uno entre una serie de canales de distribución. Los periódicos son cada vez la marca de una casa editorial.

¿De quién es la hegemonía en periodismo impreso? ¿*The Guardian*, en Reino Unido; *The New York Times*, en Estados Unidos; *El País*, de España, para el mundo de habla hispana? El impacto de sus investigaciones ha reventado los poderes públicos en estos días: el espionaje de las llamadas telefónicas en EE.UU., las cuentas secretas del gobernante Partido Popular en España, son temas que son replicados en el resto del mundo. Pero en tiraje e influencia propios, según PWC, varios mercados en desarrollo experimentarán un crecimiento significativo en los ingresos de los periódicos. El apetito de los periódicos está creciendo: más de 547 millones de ejemplares se distribuían a diario a finales de 2012, frente a 516 millones en 2008. Con el crecimiento en los mercados de Asia-Pacífico en particular, se prevé que la cifra aumente a 594 millones diarios para el año 2017.

¿De quién es la hegemonía en televisión? EE.UU. continuará dominando el territorio en cuanto a ingresos en el próximo lus-



Sí, Venezuela. Dice el informe que los ingresos de la industria de la radio en Venezuela, en 2012, alcanzaron \$160 millones y que para 2017 será de 464 millones. Esto es, casi 300% de crecimiento en un lustro. Vaya usted a saber si la dejan.

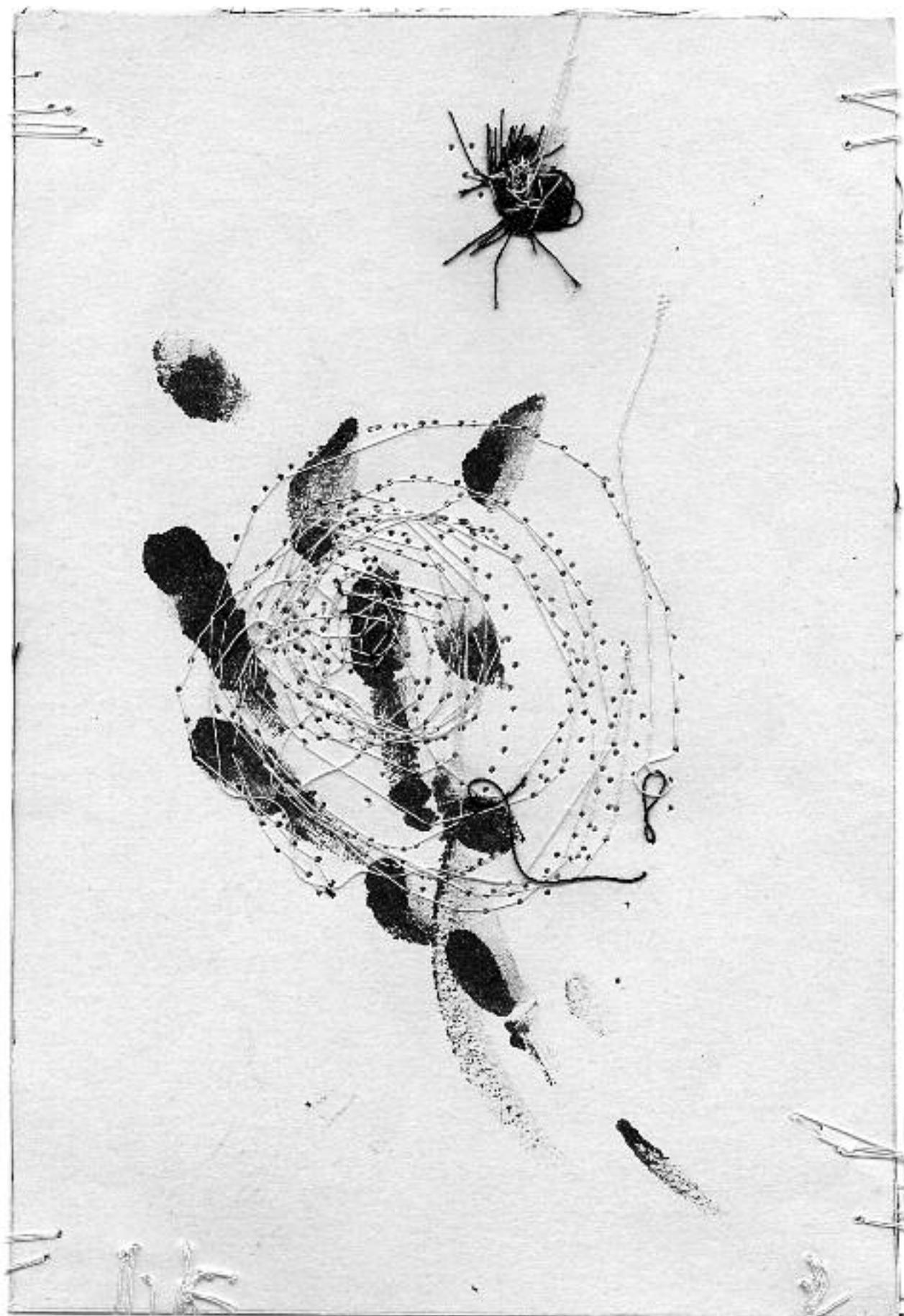
tro con 39% del mercado mundial. Pero ello solo denota estancamiento, que se traduce en merma. Las tasas de crecimiento más rápidas se están observando en otros mercados. Los más sobresalientes, en ese orden, serían India, Brasil, Colombia, Kenya e Indonesia.

¿Quién domina en la radio? Durante los próximos cinco años, los ingresos globales de la industria de la radio crecerán en EE.UU. a una tasa compuesta anual del 3%. Pero un cambio se está produciendo. Los ingresos en Norteamérica y Europa crecerán más lentamente que en regiones consideradas emergentes, como es el caso de muchos países de América Latina, Asia y África. Aun cuando EE.UU. detendrá 50% de los ingresos, China y Sudáfrica tendrán un impacto cada vez mayor. En 2015 Reino Unido, los inventores de la radio, y en 2017 Alemania (sus industrializadores), serán desplazados por Sudáfrica, que entonces será el séptimo principal mercado de publicidad en radio. Según PWC, India, Argentina, Venezuela, China, Sudáfrica, Pakistán y Filipinas son los que crecerán a una tasa de dos dígitos promedio cada año.

Sí, Venezuela. Dice el informe que los ingresos de la industria de la radio en Venezuela, en 2012, alcanzaron \$160 millones y que para 2017 será de 464 millones. Esto es, casi 300% de crecimiento en un lustro. Vaya usted a saber si la dejan.

VÍCTOR SUÁREZ

*Periodista venezolano.
Columnista del diario El Universal
con la columna Inside Telecom.
Director de Inside Telecom.*



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

VENEZUELA

De la Sociedad del Conocimiento al socialismo del siglo XXI

Durante la primera década del siglo XXI (2000-2010) se produjeron cambios sustanciales en las políticas públicas en el campo de las telecomunicaciones en Venezuela. Este ensayo presenta los resultados de una investigación documental dirigida a establecer el curso de estas transformaciones, sus propósitos y sus consecuencias para la libertad de expresión y la democracia.

La revisión evidencia la existencia de dos períodos: uno, que va del año 2000 al 2006; y otro que se inicia en el año 2007, luego del referendo consultivo destinado a modificar la Constitución nacional, que culminó con la reforma de la llamada ley resorte y de telecomunicaciones en diciembre del año 2010.

■ **RAISA URRIBARRÍ**

El siglo XX se despidió con el anuncio de cambios fundamentales para Venezuela. Con el triunfo electoral del teniente coronel Hugo Chávez en las elecciones de diciembre del año 1998, la que fuera su principal promesa electoral –la realización de un proceso constituyente– comenzó a cristalizar. En diciembre del año 1999, en referendo popular, se aprobó una nueva Constitución (Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, en adelante CNRBV) que cambió el nombre del país y definió el nuevo régimen político que lo regiría a partir del siglo XXI.

2000-2006: un período de apertura

Pero el tránsito entre dos siglos marcó cambios significativos no solo en lo político, sino también en lo que –se anunciaba– sería uno de los bastiones del desarrollo nacional: la incorporación de Venezuela a la Sociedad del Conocimiento. En esa dirección, el artículo 108 de la nueva Constitución lanzó al país al siglo XXI días antes de que concluyera el año 1999:

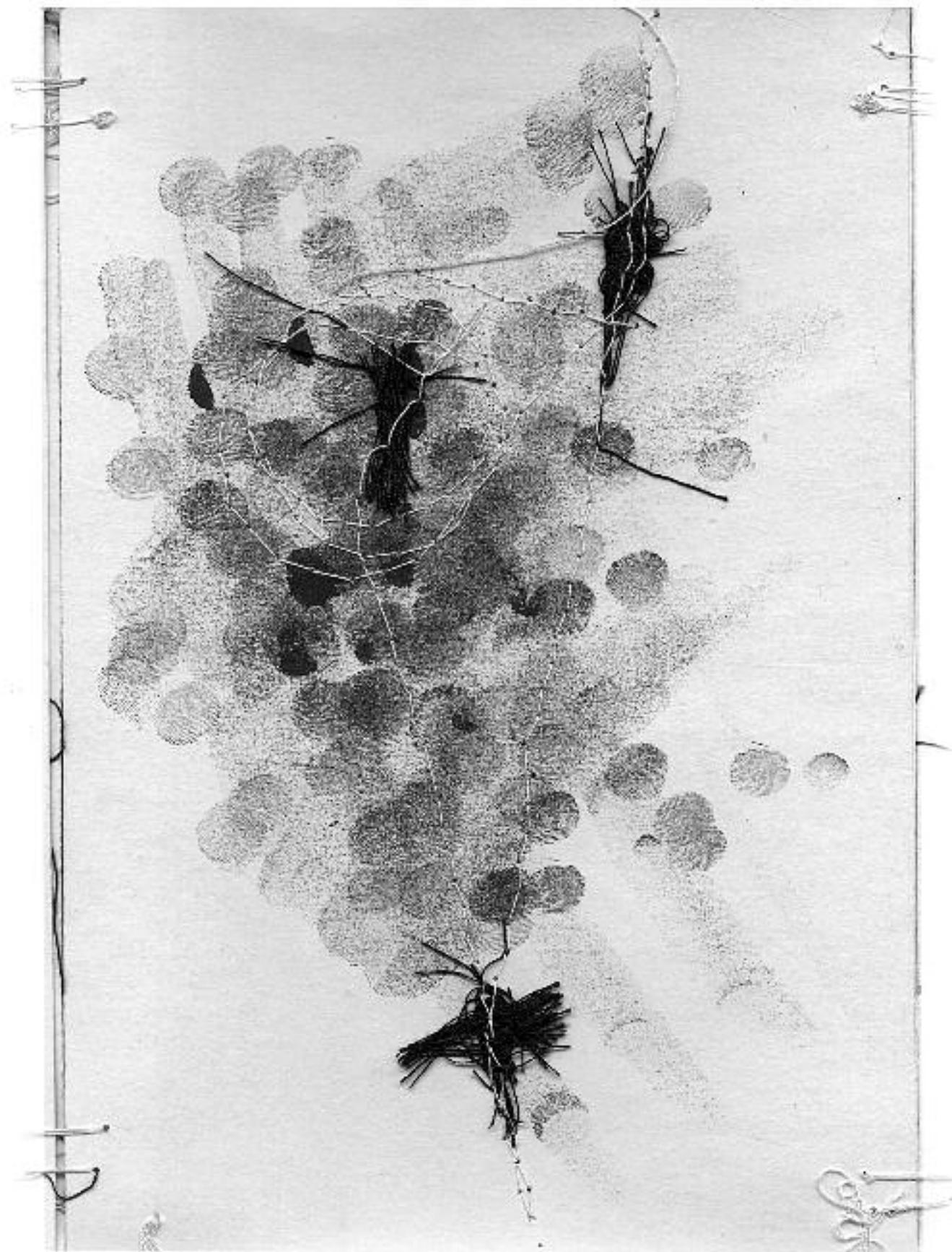
Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conoci-

miento y aplicación de las nuevas tecnologías, de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la ley. (CNRBV, 1999: artículo 108)

La disposición legal se tradujo muy pronto en hechos concretos. Por primera vez en la historia de Venezuela se creó una cartera ministerial dedicada al fomento de la Ciencia y la Tecnología, en correspondencia con la pauta constitucional expresada en el artículo 110:

El Estado reconocerá el interés público de la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones y los servicios de información necesarios por ser instrumentos fundamentales para el desarrollo económico, social y político del país, así como para la seguridad y soberanía nacional. Para el fomento y desarrollo de esas actividades, el Estado destinará recursos suficientes y creará el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología de acuerdo con la ley. El sector privado deberá aportar recursos para los mismos. El Estado garantizará el cumplimiento de los principios éticos y legales que deben regir las actividades de investigación científica, humanística y tecnológica. La ley determinará los modos y medios para dar cumplimiento a esta garantía. (CNRBV, 1999: artículo 110)

Al frente de este despacho se designó a un joven investigador de la Universidad Central de Venezuela que puso a las tec-



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

nologías de la información y la comunicación (en adelante TIC) en el centro del interés nacional, al anunciar la creación de un *Centro Nacional de Tecnologías de la Información* (CNTI)¹ que “definirá estrategias para garantizar una mayor y más equitativa participación de la sociedad en la utilización de Internet” (Martínez, 1999). Constitucionalmente, las telecomunicaciones son competencia del Poder Público nacional, como lo establece el numeral 28 del artículo 156: “El régimen del servicio de correo y de las telecomunicaciones, así como el régimen y la administración del espectro electromagnético”. (CNRBV, 1999: artículo 156) Así, la reforma del régimen jurídico se acometió de forma expedita.

Su regulación estaba contenida en el Reglamento de Telecomunicaciones del año 1940 el cual –durante sesenta años– había consagrado el monopolio estatal del sector. Hasta ese entonces, la prestación de los servicios de telecomunicaciones era considerada un servicio público. En el año 2000, con la promulgación de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, (Lotel) ese esquema se revierte. El nuevo texto legal dispone la apertura del sector y el fomento de la libre competencia. En concordancia con estos propósitos, la ley establece (artículo 5°) que las actividades de telecomunicaciones serán de interés general.

Aprobada luego de varios meses de discusión, la promulgación de la nueva normativa no fue el resultado de controversias públicas, sino de intensas negociaciones que, a puerta cerrada, se produjeron entre diversos actores del sector empresarial y del nuevo gobierno.

La aprobación del instrumento jurídico, que sentaría las bases del desarrollo del sector económico de mayor crecimiento en el país después del petrolero, coincidió con la culminación del régimen de concurrencia limitada que aseguraba a la Compañía Nacional Teléfonos de Venezuela (Cantv), privatizada en 1992, un periodo de gracia para modernizar su infraestructura con la garantía de que operaría sin competencia en el ámbito de la telefonía hasta el año 2000.

En torno a esos hechos, fue pública la complacencia de la Cámara de Empresas de Servicios de Telecomunicaciones (Casetel) y –sobre todo– la labor desempeñada por quien en ese momento ejercía la dirección de Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), Diosdado Cabello². Frente a los anuncios de su elección por parte del presidente de la Repú-



El consenso entre el sector empresarial y el Gobierno para la aprobación de esta ley se produjo durante una situación jurídica y política inusual llamada la transición

blica, para ubicarlo en un cargo de mayor jerarquía, voceros de ese gremio llegaron a afirmar que su destitución podría enviar un mensaje errado a los inversionistas, pues el hecho podría ser interpretado como “la cancelación del actual proceso de apertura de las telecomunicaciones”. (Sandoval, 2000)

El consenso entre el sector empresarial y el Gobierno para la aprobación de esta ley se produjo durante una situación jurídica y política inusual llamada la transición, un período político de excepción durante el cual el Congreso Nacional fue ocupado por los constituyentistas electos –el llamado Congresillo– y el resto de los poderes públicos fueron ejercidos por funcionarios designados por el Poder Ejecutivo. La Lotel –vale recalcar su carácter orgánico– fue la única Ley sancionada en ese lapso.³

El artículo 35 de la Lotel dispone la autonomía operacional y administrativa de Conatel, una dependencia creada mediante decreto presidencial en el año 1991 (Decreto No. 1826, 1991) con carácter de servicio autónomo, sin personalidad jurídica, y con la jerarquía de una Dirección General del Ministerio de Transporte y Comunicaciones. A partir del año 2000, según la Lotel (2000: artículo 35):

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones es un instituto autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio e independiente del Fisco Nacional, con autonomía técnica, financiera, organizativa y administrativa de conformidad con esta Ley y demás disposiciones aplicables. La Comisión Nacional de Telecomunicaciones estará adscrita al Ministerio de Infraestructura a los efectos del control de tutela administrativa.

Aprobado el nuevo instrumento jurídico, el Ministerio de Infraestructura –a

través de Conatel– dio a conocer el *Plan nacional de telecomunicaciones*, cuyos lineamientos generales orientan y apoyan el crecimiento y fortalecimiento del sector de las telecomunicaciones, enmarcado dentro de la estrategia de desarrollo nacional con la participación activa del sector privado. Este plan tenía como finalidad:

Insertar a la Nación dentro del concepto de *Sociedad del Conocimiento* y de los procesos de interrelación, teniendo en cuenta que, para el desarrollo de estos procesos, la red mundial denominada Internet representa en la actualidad y en los años por venir, un medio para la interrelación con el resto de los países y una herramienta invaluable para el acceso y difusión de ideas. (Conatel, 2000) (cursivas nuestras)

El documento establecía la creación de un fondo nacional para el desarrollo del servicio universal, con el que se procuraría llevar el servicio telefónico a todos los centros poblados de más de quinientos habitantes; el establecimiento de un marco jurídico para el comercio electrónico; la definición de un modelo de telecentro comunitario y el inicio de centros pilotos en el cuarto trimestre de ese año con el fin de elevar la tasa de conectividad a Internet al quince por ciento en un lapso de seis años. (Conatel, 2000)

En correspondencia con estos objetivos, el 10 de mayo del año 2000, de conformidad con lo previsto en el artículo 110 de la CNRBV, y en concordancia con lo dispuesto en el artículo 5° de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, se promulgó el Decreto Presidencial 825 (2000) que en su artículo primero: “Declara el acceso y el uso de Internet como política prioritaria para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República Bolivariana de Venezuela”. Un año después se aprueban el Decreto número 1.204 sobre Mensajes de datos y Firmas Electrónicas (2001), la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (Locti) (2001), la Ley Especial sobre Delitos Informáticos (2001) y, posteriormente, el Decreto 3.390 sobre la Implementación del Software Libre (2004), todo lo cual constituye políticas públicas que procuran dar respuestas apropiadas a las demandas de las Sociedad del Conocimiento.

El impulso más notorio a la conectividad como parte de las políticas públicas se advirtió en el año 2000 (Bermúdez y



otros, 2002) cuando, para materializar la vigencia del Decreto 825, se crearon 234 Infocentros distribuidos en todo el territorio nacional, destinados a dar conectividad gratuita a siete millones de venezolanos, según cifras ofrecidas por el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Como en su momento advirtió Rico (2003), a partir de la promulgación de la CNRBV de 1999, Venezuela experimentó un intenso desarrollo legislativo marcado por un acentuado propósito de lograr la integración del país en el marco de una economía globalizada y, dentro de estos cambios, la tecnología ocupó un lugar importante.

Los sucesos políticos ocurridos a partir del año 2002⁴ llevaron al país a una seria crisis de gobernabilidad, con la prevalencia de dos bloques políticos claramente y enfrentados, condujeron al Gobierno a desarrollar de manera progresiva un conjunto de políticas dirigidas a concentrar el poder.

2006-2010: el cambio de timón

Reelecto Hugo Chávez en las elecciones presidenciales del año 2006 con 62,48% de los electores (CNE, 2006), en su discurso de toma de posesión declara que su gobierno dará un giro hacia el socialismo, lo cual genera un impacto importante en las políticas públicas del sector. El año siguiente –2007– definitivamente marcó un hito.

En enero, junto al anuncio de la inminente nacionalización de la Cantv, se crea el Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática (MPPTI) al cual se le adscribe Conatel (Decreto No. 5.103, 2007)⁵ y se divulga el *Plan nacional de telecomunicaciones 2007-2013*, al cual se le suman Informática y Servicios Postales, que “declara la necesidad de garantizar el acceso a los servicios del sector a todos los ciudadanos sin exclusión” (MPPTI, 2007).

En esa dirección se fortalece el programa Infocentros y se crea una fundación *ad hoc* (Decreto No. 5.263, 2007), como ente rector adscrito al Ministerio de Ciencia y Tecnología, con el objetivo “de consolidar espacios comunitarios cimentados en las TIC para afianzar la organización y la articulación de las organizaciones sociales, en el proceso de fortalecimiento del poder para el pueblo y de la construcción del socialismo”. (Fundación Infocentro, 2007)

Antes de ser nacionalizada la Cantv se adelanta el anuncio de la publicación de

En este Plan de la Nación desaparece la noción de democracia participativa y protagónica, que ahora pasa a denominarse democracia protagónica revolucionaria.

los servicios de telefonía básica (Rojas L., 2007), que hasta entonces se prestaban en régimen de libre competencia, como servicios de interés general, de acuerdo con la Lotel. La estatización de la Cantv se produce cuatro meses después, en mayo, lo cual significa que el Estado, además de regulador (a través de Conatel, según la Lotel aprobada en el año 2000) se convertiría en operador privilegiado.

Así, pues, las operadoras establecidas, las cuales han venido haciendo inversiones para el desarrollo de la telefonía básica en el país, deberán replantearse su esquema de negocio, pues además de estar en este momento compitiendo con el operador dominante (CANTV), estarán compitiendo con el propio Estado –su propietario–, sin garantías de que, siendo la Telefonía Básica en el futuro un Servicio Público, el papel de Regulador ejercido por el mismo Estado, no se confunda con el de la empresa (CANTV), destruyendo la posibilidad de existencia de condiciones de una mediana competencia leal. (Rojas L., 2007)

A este hecho se suma un suceso comunicacional y político de extraordinaria importancia: el cierre –algunos prefieren llamarlo la no renovación de la concesión– del canal de televisión abierta más antiguo del país, *Radio Caracas Televisión (RCTV)*.

En agosto del año 2007 se hizo oficial la propuesta de un Proyecto de Reforma Constitucional, inicialmente hecha por el Presidente y luego ampliada por la Asamblea Nacional, que tuvo como objetivo allanar el camino para el establecimiento de un modelo socialista (Proyecto de Reforma Constitucional, 2007). Las nuevas disposiciones constitucionales que se procuraban establecían la creación de un sexto poder público: el poder popular. En el referendo popular efectuado el dos de

diciembre de ese año, la mayoría que acudió a la consulta rechazó la moción.

Corresponde a ese año la notoria declaración del ministro de Información y Comunicación Andrés Izarra en relación con la construcción de una hegemonía comunicacional (Weffer, 2007). De acuerdo con Bermúdez (2007), a partir de entonces asistimos por primera vez en la historia venezolana a un proceso en el cual la lucha por la libertad de expresión se lleva a cabo contra un Estado que se plantea expresamente disputar el terreno de la hegemonía ideológica a los medios de comunicación. Si antes hubo en Venezuela una hegemonía comunicacional de sello comercial –destaca la investigadora– ahora tenemos otra, de corte ideológico.

Cabe resaltar que todas estas iniciativas de política pública se producen en paralelo con el anuncio, por parte del jefe del Estado –en el programa dominical Aló Presidente No. 296 (2007) realizado en Barinas el domingo 30 de septiembre– del *Proyecto nacional Simón Bolívar. Primer plan socialista de la nación: 2007-2013*. Vale la pena citarlo *in extenso*:

Esta semana yo mandé (...) a la Asamblea Nacional los lineamientos generales (...) del Proyecto Nacional Simón Bolívar, primer plan socialista, (...) esto lo *inventé antier*, porque veníamos trabajando el programa pero yo dije ¿qué nombre le pongo a esto? Porque no podemos seguir llamando sólo Lineamientos Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, eso suena como muy técnico, ¿y el nombre político?, ¡Ah!, el Proyecto Nacional Simón Bolívar, *en el cual venimos laborando desde hace más de veinte años*, y a esto que está aquí: Lineamientos Generales para el Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013 lo he llamado Primer Plan Socialista de la Nación 2007-2013 (...) *Todo lo que hasta ahora ha ocurrido no ha sido sino una transición, ahora comenzamos el Primer Plan Socialista*. (Cursivas nuestras)

En este Plan de la Nación desaparece la noción de democracia participativa y protagónica, que ahora pasa a denominarse democracia protagónica revolucionaria. En 45 páginas, la palabra comunicación aparece con 43 menciones, entre las cuales consideramos importante citar textualmente dos que resultan claves para la consecución de los objetivos del plan: “Consolidar el sistema de comunicación nacional como instrumento para el fortaleci-

miento de la democracia protagónica revolucionaria” y “promover el control social de los medios de comunicación” (*Proyecto nacional Simón Bolívar. Primer plan socialista de la nación*: 2007).

En consecuencia, el Plan Nacional de Telecomunicaciones 2007-2013 establece que para fortalecer la participación popular es menester:

Orientar la acción del Estado en materia de Tecnologías de Información y Comunicación y de Servicios Postales hacia el aprovechamiento de esas herramientas para permitir más y mejor nivel de participación popular en la definición, ejecución y control de políticas públicas. Esta palanca se definió para responder al lineamiento: “Democracia Protagónica Revolucionaria” definido en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013, y para apalancar al Quinto Motor del Proyecto Nacional Simón Bolívar: “La Explosión del Poder Comunal: ¡Democracia Revolucionaria y Socialista! (MPPTI, 2007)

Se hace evidente entonces que para avanzar en esa dirección es perentoria la reforma de la Lotel. En julio del año 2008 fueron publicadas en Gaceta Oficial las 26 leyes producto de la habilitación legislativa otorgada por la Asamblea Nacional al presidente de la República el primero de febrero 2007. En agosto, el periodista Víctor Suárez filtró a la opinión pública (Suárez, 2008) un proyecto de Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales, identificado como decreto 6.244 ⁶, el cual habría sido aprobado en Consejo de Ministros y recibido por la Secretaría de la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia (TSJ) con el propósito de obtener su pronunciamiento acerca de la constitucionalidad de su carácter orgánico. (Morales, 2008)

Según Suárez, la ley habría sido la número 27, pero no había conseguido el consenso necesario para ser aprobada. El Gobierno negó insistentemente su existencia, pero frente a las presiones, la entonces ministro del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática, Socorro Hernández, declaró que las versiones ventiladas constituían un borrador.

En las disposiciones finales, el decreto 6.244 establecía que:

El Ejecutivo Nacional creará un punto de interconexión o punto de acceso a la red de los proveedores de servicios de Internet, con la finalidad de manejar el tráfico



Entre todos los vericuetos hasta aquí documentados sobresale de bulto lo que acertadamente destaca Urbina (2010: 46): “la violación sistemática de la ley y de los procedimientos formales para su modificación”.

con origen y destino en el espacio geográfico de la República, al objeto de utilizar de manera más eficiente las redes del país dado el carácter estratégico del sector. (Borrador del Proyecto de Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales, 2008)

El anuncio causó enormes suspicacias, pues presagiaba el interés que tendría el Gobierno en emprender acciones tendientes al control de Internet.

En febrero del año 2009 nuevamente se intenta la Reforma Constitucional. Esta vez el Gobierno procura –y lo logra– derogar las disposiciones que impedían la reelección presidencial indefinida. En marzo del mismo año se promulga el Decreto 6.649 (2009) o Instructivo Presidencial, mediante el cual se califica como suentuario el uso de Internet por parte del sector público nacional lo cual –de forma por demás evidente– rubricó un giro: toda una década de avances estaba a punto de sucumbir. (Urribarrí, 2009)

El año 2009 estuvo signado también por el reacomodo de los despachos ministeriales con competencia en las telecomunicaciones. En el mes de mayo se ordena la supresión del Ministerio para las Telecomunicaciones y la Informática (Decreto No. 6.707, 2009) y sus funciones se dividen entre dos ministerios: el de Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias, a cargo de Jesse Chacón; y el de Obras Públicas y Vivienda, encabezado por Diosdado Cabello. Son los dos funcionarios –es un dato relevante– a quienes, en el año 2000, correspondió adelantar las negociaciones que llevaron a la promulgación de

la Lotel. Al primer despacho se le atribuyen la formulación de planes, estrategias y lineamientos del Estado en materia de promoción de las telecomunicaciones y *se le otorga la tutela del operador Cantv*. Al segundo se le confiere la rectoría de las políticas públicas en materia de administración, regulación, ordenación y control del espectro radioeléctrico, y otros recursos limitados de telecomunicaciones, y –dato muy importante– *se le adscribe el ente regulador Conatel*, órgano que revocaría las concesiones de 32 radioemisoras y dos televisoras comerciales en junio de ese mismo año.

El caso de Conatel es, sin duda, paradigmático. Entre los años 1999 y 2009 el jefe del Estado –a quien según la Lotel corresponde el nombramiento de su director– designó en el cargo a “un mismo funcionario para ocupar simultáneamente el cargo de titular del Ministerio de Infraestructura, del Ministerio de Telecomunicaciones e Informática o, en fecha más reciente, del Ministerio para la Vivienda y Hábitat”. (Urbina, 2010: 41)

En junio del año 2010 se decreta la supresión del Ministerio del Poder Popular para las Obras Públicas y Vivienda (Decreto No. 7.513, 2010), creado en marzo del año anterior. Sus funciones se les adjudican a dos nuevos ministerios: el de Transporte y Comunicaciones y el de Vivienda y Hábitat. Al primero se le asignan las atribuciones típicas en materia de telecomunicaciones, como lo establecía la Lotel para el desaparecido Ministerio de Infraestructura. Al ministro nombrado para ese cargo –Francisco Garcés– se le adjudica la dirección de Conatel, pero al mes siguiente el ente regulador de las telecomunicaciones, finalmente, se adscribe a la Vicepresidencia de la República (Decreto No. 7.588, 2010) pues –como anunciara el jefe del Estado– “estas constituyen un área estratégica para el país por lo cual debe estar al más alto nivel”. (*Agencia Venezolana de Noticias*, 2010) Entre todos los vericuetos hasta aquí documentados sobresale de bulto lo que acertadamente destaca Urbina (2010: 46): “la violación sistemática de la ley y de los procedimientos formales para su modificación”.

El 26 de septiembre del año 2010 se realizaron elecciones parlamentarias en las cuales el Gobierno perdió la mayoría calificada para legislar o modificar leyes orgánicas. La primera quincena de diciembre de 2010, durante un periodo dificultado de emergencia legislativa por parte del Gobierno, previo a la instalación el siguiente año de una nueva Asamblea Na-

cional, la reforma de la Lotel fue aprobada⁷. El Artículo 5° reestablece el carácter de interés público de las actividades de telecomunicaciones, por lo cual pasan a ser controladas por el Estado, y –además– incluye los contenidos⁸.

Artículo 5. Se declaran como de *servicio e interés público* el establecimiento o explotación de redes de telecomunicaciones y la prestación de servicios de telecomunicaciones, entre ellos radio, televisión y producción nacional audiovisual, para cuyo ejercicio se requerirá la obtención previa de la correspondiente habilitación administrativa, concesión o permiso, de ser necesario, en los casos y condiciones que establece esta Ley, sus reglamentos y las condiciones generales que al efecto establezca la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. En su condición de servicio e interés público, las actividades y servicios de telecomunicaciones, entre ellos radio, televisión y producción nacional audiovisual, podrán someterse a parámetros de calidad y metas especiales de cobertura mínima uniforme, así como a la prestación de servicios bajo condiciones preferenciales de acceso y precios a escuelas, universidades, bibliotecas y centros asistenciales de carácter público. *Así mismo, por su condición de servicio e interés público el contenido de las transmisiones o comunicaciones cursadas a través de los distintos medios de telecomunicaciones entre ellos radio, televisión y producción nacional audiovisual podrán someterse a las limitaciones y restricciones que por razones de interés público establezca la ley y la Constitución de la República.* (Cursivas y negritas nuestras)

El N° 34, que le otorgaba el carácter de órgano rector de las Telecomunicaciones al desaparecido Ministerio de Infraestructura, ahora se lo asigna a Conatel:

Artículo 34. *El órgano de adscripción de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones es el órgano rector de las Telecomunicaciones en el Estado, y como tal le corresponde establecer las políticas planes y normas generales que han de aplicarse en el sector de las telecomunicaciones, de conformidad con esta Ley y en concordancia con los planes nacionales de desarrollo que establezca el Ejecutivo Nacional.* (Cursivas nuestras)

El artículo 35, reformado de seguidas, resulta un pródigo galimatías:



El Consejo Directivo estará integrado por el Director General de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones quien lo presidirá y cuatro Directores, quienes serán de libre nombramiento y remoción del Presidente de la República

Artículo 35. La Comisión Nacional de Telecomunicaciones es un instituto autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio e independiente del Fisco Nacional, con autonomía técnica, financiera, organizativa y administrativa de conformidad con esta Ley y demás disposiciones aplicables. *La Comisión Nacional de Telecomunicaciones estará adscrita al órgano rector* a los efectos del control de tutela administrativa. (Cursivas nuestras)

Si, según el artículo 34, “el órgano de adscripción de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones es el órgano rector de las Telecomunicaciones”, y “La Comisión Nacional de Telecomunicaciones estará adscrita al órgano rector”, Conatel –entonces– ¿pasa a estar adscrita a sí misma?

El artículo que sí se mantuvo inalterado fue el N° 40:

Artículo 40. El Consejo Directivo estará integrado por el Director General de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones quien lo presidirá y cuatro Directores, quienes serán de libre nombramiento y remoción del Presidente de la República, cada uno de los cuales tendrá un suplente, designado en la misma forma, quien llenará las faltas temporales. Las ausencias temporales del Presidente, serán suplidas por el Director Principal que este designe. El Director General o quien haga sus veces y dos Directores formarán quórum. La decisión se tomará por mayoría de los directores presentes.

En caso de empate, el Director General tendrá voto de calidad.

El Director General de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, así como los miembros del Consejo Directivo y sus suplentes, serán de libre remoción por el Presidente de la República. Los miembros del Consejo Directivo, distintos del Director General, no tendrán el carácter de funcionarios de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. (Cursivas nuestras)

En todo caso, a pesar del galimatías anteriormente señalado, todo el entramado legislativo dirigido por el Gobierno a asegurarse el control sobre Conatel, vale decir, sobre la regulación de las telecomunicaciones, queda transparentado. Aún más con el hecho de su adscripción a la Vicepresidencia de la República, hecho que ya se había consumado hacía cinco meses, como anotamos.

En el mismo período de emergencia legislativa se reforma también la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (ley Resorte) con la cual los medios electrónicos –y los contenidos que por ellos circulan– comienzan a ser objeto de regulaciones⁹.

De acuerdo con las nuevas disposiciones, se obliga a los proveedores de servicios de Internet a crear mecanismos que permitan censurar la difusión de cierto tipo de mensajes y se establece la responsabilidad de esas empresas por expresiones de terceros cuando no tomen medidas para restringirlos de conformidad con una orden administrativa de Conatel:

Artículo 28. Los proveedores de medios electrónicos deberán establecer mecanismos que permitan restringir, sin dilaciones, la difusión de mensajes divulgados que se subsuman en las prohibiciones contenidas en el presente artículo, cuando ello sea solicitado por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones en ejercicio de sus competencias, en cuyo caso se aplicará el procedimiento previsto en el artículo 33 de la presente Ley. Los proveedores de medios electrónicos serán responsables por la información y contenidos prohibidos a que hace referencia el presente artículo, en aquellos casos que hayan originado la transmisión, modificado los datos, seleccionado a los destinatarios o no hayan limitado el acceso a los mismos, en atención al requerimiento efectuado por los órganos con competencia en la materia.

El mencionado artículo dispone:

Artículo 33. En el curso del procedimiento sancionatorio o de cualquier índole, incluso en el acto de apertura, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones podrá de oficio o a solicitud de parte, dictar las siguientes medidas cautelares:

1.- Ordenar a los prestadores de servicios de Radio, Televisión, Difusión por Suscripción o proveedores de medios electrónicos, abstenerse de difundir mensajes que infrinjan los supuestos establecidos en esta Ley. (Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, 2010)

E igualmente establece que:

Adicionalmente, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones podrá de oficio o a solicitud de parte, en el curso del procedimiento sancionatorio, incluso en el acto de apertura, dictar medidas cautelares innominadas, en aras de garantizar la protección de los derechos de los usuarios y usuarias de los servicios de radio, televisión, difusión por suscripción y proveedores de medios electrónicos, especialmente aquellos inherentes a los niños, niñas y adolescentes y a la seguridad de la nación.

Quizá lo más grave sea, como señala la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2010), que el catálogo de prohibiciones que contiene el artículo 27 es de una enorme amplitud y ambigüedad, pues las conductas se describen con un lenguaje impreciso¹⁰ que las hace difíciles de definir, lo cual deja a los emisores o trasmisores de los mensajes en la incertidumbre sobre el alcance de su derecho a la libertad de expresión. El régimen sancionatorio, además, establece multas de hasta 13 mil bolívares fuertes¹¹ y la clausura de los servicios por 72 horas continuas.

Para la CIDH existen normas generales que se aplican a los casos en los cuales hay un daño injustificado por el abuso de una expresión en Internet, pero estas deben aplicarse únicamente a los autores del contenido, es decir, a quienes los emiten, no a quienes los difunden.

Esto en resguardo de los derechos a la libre expresión e información, ratificados en convenciones y pactos del Sistema Universal e Interamericano, sistemas de protección que rigen a todos los medios de comunicación, sin excepciones. El artículo 13 de la Convención Americana Sobre Derechos Humanos (1969) –sus-



Quizá lo más grave sea, como señala la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2010), que el catálogo de prohibiciones que contiene el artículo 27 es de una enorme amplitud y ambigüedad, pues las conductas se describen con un lenguaje impreciso

crita por Venezuela– señala que el ejercicio de tales derechos “no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar: a) el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas”.

Como si este par de leyes hubiera dejado algún detalle por fuera, la Ley Habilitante (2010) –otorgada al jefe del Estado el 18 de diciembre de ese mismo año– lo facultó además para “dictar y reformar normas regulatorias en el sector de las telecomunicaciones y la tecnología de información, los mecanismos públicos de comunicaciones informáticas, electrónicas y telemáticas”.

Este tipo de delegación amplia y genérica, como observa la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH:

...permite que de manera repentina y sin los tiempos adecuados para lograr un consenso razonable, el poder ejecutivo pueda modificar, de un momento a otro, cualquier disposición en la materia, incluyendo las relacionadas con control de contenidos, prohibiciones, sanciones y procedimientos que afectan a los medios de comunicación sometidos a control del Estado. La simple existencia de esa posibilidad podría tener un efecto inhibitorio sobre el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión incompatible con la Convención Americana. (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2010)

A modo de reflexión final

Como es posible observar de modo panorámico, al revisar cronológicamente y analizar el conjunto de políticas públicas desarrolladas en el transcurso de una década a través de esta narrativa, el Gobierno que durante este período ha ejercido las funciones del Estado –valido del poder omnímodo que le confiere la total cooptación de todos los poderes públicos– ha actuado sin ningún tipo de reparo en contra de disposiciones legales expresas que, de manera conveniente, ha ido modificando de forma paulatina en función de la consolidación de su proyecto.

Asimismo, esta revisión documental demuestra que las dimensiones política, comunicacional y tecnológica han ido ajustándose de forma acompasada. Como ha dicho Pasquali (1978, 2011): todo cambio de patrón de comunicaciones determina cambios sociopolíticos. Y viceversa, agregamos nosotros. En el país, las políticas públicas en el campo de las telecomunicaciones han sido fuertemente impactadas por la transformación que se ha ido operando en el régimen político que –siguiendo a López Maya (2011, 2012)– ha ido abandonando las nociones de democracia participativa y protagónica para impulsar el socialismo del siglo XXI y la construcción del Estado comunal. En la década 2000-2010 todo el régimen cambió: el político y el de las (tele) comunicaciones. Durante este período, sin duda turbulento, un arco se abrió y pretende ser cerrado con graves consecuencias para la libertad de expresión y la democracia.

RAIZA URIBARRÍ

Profesora e investigadora de la Universidad de Los Andes (núcleo Valera) en las áreas de Comunicación, Educación y Tic.

Referencias

Libros

LÓPEZ M., M. (2011): “Democracia participativa en Venezuela (1999-2010). Orígenes, leyes, percepciones y desafíos”. En: *Temas de formación sociopolítica N° 50*. Caracas: Fundación Centro Gumilla y Universidad Católica Andrés Bello.

PASQUALI, A. (1978): *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Avila Editores.

Artículos en revistas

BERMÚDEZ, E. (2007): "Libertad de expresión y hegemonía en Venezuela. De la hegemonía de los medios a la hegemonía del Estado". En: *Quórum Académico*. Vol. 4 (2) (42-60).

Ponencias

LÓPEZ M., M. (2012): "De la democracia participativa al Estado comunal. Evolución de la participación en Venezuela". Ponencia presentada en el *Encuentro de Organizaciones Sociales 2012*. Caracas, Venezuela.

PASQUALI, A. (2011): Palabras pronunciadas en el simposio *Descentralización y autonomías: la fuerza del futuro*. Valencia, Carabobo, 06/07/2011.

Documentos legales

Borrador del Proyecto de Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Informática y Servicios Postales (Decreto 6.244) (2008). Disponible en línea: http://www.cptm.ula.ve/ciudadinnovacion/pdfs/proyecto_reducido.pdf. Consultado el 30/07/2010.

Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial N° 36.860 del 30/12/1999.

Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2000). Gaceta Oficial Extraordinaria No. 5.453 del 24/03/2000.

Convención Americana sobre Derechos Humanos (1969). Disponible en: <http://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html>. Consultado el 09/04/2012.

Decreto 1.204 (2001) publicado en la Gaceta Oficial N° 37.291 del 26/09/2001.

Decreto 3.390 (2004) publicado en la Gaceta Oficial N° 38.095 del 23/12/2004.

Decreto 4.433 (2006), publicado en la Gaceta Oficial N° 38.476 del 11/07/2006.

Decreto 6.649 (2009) publicado en la Gaceta Oficial N° 39.146 del 25/03/2009.

Decreto 737 (2000) publicado en la Gaceta Extraoficial N° 5.450 del 16/03/2000.

Decreto 825 (2000) publicado en la Gaceta Oficial N° 36.955 del 22/05/2000.

Decreto N° 5.103 publicado en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.836 del 08/01/2007.

Decreto N° 1.826 (1991) publicado en la Gaceta Oficial N° 34.801 del 18/09/1991.

Decreto N° 7.513 (2010) publicado en la Gaceta Oficial N° 39.451 del 22/06/2010.

Decreto N° 7.588 (2010) publicado en la Gaceta Oficial N° 39.479 del 03/06/2010.

Decreto No. 6.649 (2009) publicado en la Gaceta Oficial N° 39.146 del 25/03/2009.

Decreto N° 6.707 (2009) publicado en la Gaceta Oficial No. 39.178 del 14/05/2009.

Decreto No. 5.263 (2007) publicado en la Gaceta Oficial No. 38.648 del 20/03/2007.

Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Gaceta Oficial N° 38.333 del 12/12/05. Reforma parcial de la ley publicada en la Gaceta Oficial N° 38.081 del 07/12/2004. Reforma parcial la ley publicada en la Gaceta Oficial N° 39.579, de 22/12/2010, reimpresa por error material en la Gaceta Oficial N° 39.610, de fecha 07/02/2011.

Ley Especial sobre Delitos Informáticos (2001) publicada en la Gaceta Oficial N° 37.313 del 30/10/2001.

Ley Habilitante (2010) publicada en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.009, 17/12/2010.

Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (2001) publicada en la Gaceta Oficial N° 37.291 del 26/09/2001.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000) publicada en la Gaceta Oficial N° 36.970 del 12/06/2000.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones (reforma) (2011) publicada en la Gaceta Oficial N° 39.610 del 7/02/2011.

Ley que autoriza al Presidente de la República para dictar Decretos con Rango, Valor y Fuerza de Ley en las materias que se delegan (2010) publicada en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.009, de fecha 17/12/2010.

Morales, L. (magistrada ponente) (2008). Expediente N° 08-0975 del Tribunal Supremo de Justicia. Disponible en línea para consulta. <http://www.tsj.gov.ve/decisiones/scon/julio/1257-310708-08-0975.htm>. Consultado el 09/04/2012.

Proyecto de Reforma Constitucional (2007). Disponible en línea: <http://www.nodo50.org/plataformabolivariana/Documentacion/Documentos/PropRefConst.htm>. Consultado el 30/07/2010.

Documentos y presentaciones en la Web

AMARC (2009): *Las mordazas invisibles: nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión*. Disponible en línea: <http://legislaciones.amarc.org/mordazas/principal.htm>. Consultado el: 11/11/2010.

BERMÚDEZ y otros (2002): *Trabajando la Internet con una visión social: reflexiones desde la experiencia venezolana*. Disponible en línea: http://www.funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/participantes/docuparti/esp_doc_73.html. Consultado el 31/03/2010.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2010). *Relatoría Especial para la Li-*

bertad de Expresión. Disponible en línea: <http://www.oas.org/es/cidh/expression/index.asp>. Consultado el: 30/07/2011.

CONATEL (2000). *Plan Nacional de Telecomunicaciones*. Disponible en: [isis.faces.ula.ve/.../Varios/Plan%20Nacional%20Telecomunicac.doc](http://www.isis.faces.ula.ve/.../Varios/Plan%20Nacional%20Telecomunicac.doc). Consultado el: 05/05/2011.

CNE (2006). *Resultados de la elección presidencial del 3 de diciembre de 2006*. Disponible en línea: http://www.cne.gob.ve/divulgacionPresidencial/resultado_nacional.php. Consultado el 30-7-2011.

Fundación Infocentro (2007). *Página de inicio*. Disponible en: www.infocentro.gob.ve/index.php?id=91. Consultado el: 15/10/2011.

MPPTI (2007). *Plan Nacional de Telecomunicaciones 2007-2013*. Disponible en: <http://www.cnti.gob.ve>. Consultado el: 30/07/2010.

Proyecto Nacional Simón Bolívar. *Primer Plan Socialista de la Nación: 2007-2013*. República Bolivariana de Venezuela. Presidencia (2007). Disponible en línea: <http://repositorio.mpd.gob.ve/20/>. Consultado el 15/10/2010.

RICO, M. (2003): *La consagración del derecho de acceso a la tecnología en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999*.

Disponible en línea: <http://www.alfa-redi.org/rdi-articulo.shtml?x=1379>. Consultado el 8/06/2011.

ROJAS L., I. (2007). *El plan nacional de telecomunicaciones 2007-2013 - Comentarios*. Disponible en línea: http://ierl.blogspot.com/2007/12/el-plan-nacional-de-telecomunicaciones_18.html. Consultado el 31/03/2011.

URRIBARRÍ, R. (2008): *El decreto 6.244 secreto*. Blog: Periodismo en línea. Disponible en línea: <http://uraisa.wordpress.com/2008/10/25/el-decreto-secreto/>. Consultado el 31/03/2010.

Trabajos de ascenso

URBINA, J. (2010): *El hoyo negro de las telecomunicaciones en Venezuela. Distorsiones en el proceso de renovación de licencias de radiodifusión*. Trabajo de Ascenso para optar a la categoría de Profesor Titular de la Universidad del Zulia. Maracaibo, septiembre de 2010. Inédito.

Transcripciones de audio y transmisiones televisivas

Aló Presidente No. 296 (2007), en Barinas, el 30/09/2007. Disponible en línea: www.minci.gob.ve/doc/nro_296_alo_presidente_30sep.doc. Consultado el: 01/10/2007.

Notas de prensa

Agencia Venezolana de Noticias (2010): “El Ejecutivo aprobó la adscripción de Conatel a la vicepresidencia de la República”. *AVN*, 03/08/2010. Disponible en línea: <http://www.avn.info.ve/node/8831>. Consultado el 07/04/2012.

MARTÍNEZ, L. (1999): “La ciencia apunta a Internet”. En: *El Universal*, 02/12/1999. Disponible en línea: http://www.eluniversal.com/1999/12/02/ten_art_

SANDOVAL, W. (2000): “Cambiar directiva de Conatel cancelará proceso de apertura”. En: *El Universal*, 15-9-2000, Economía. Disponible en: http://www.eluniversal.com/2000/09/15/eco_art_15218BB.shtml. Consultado el 09/04/2012.

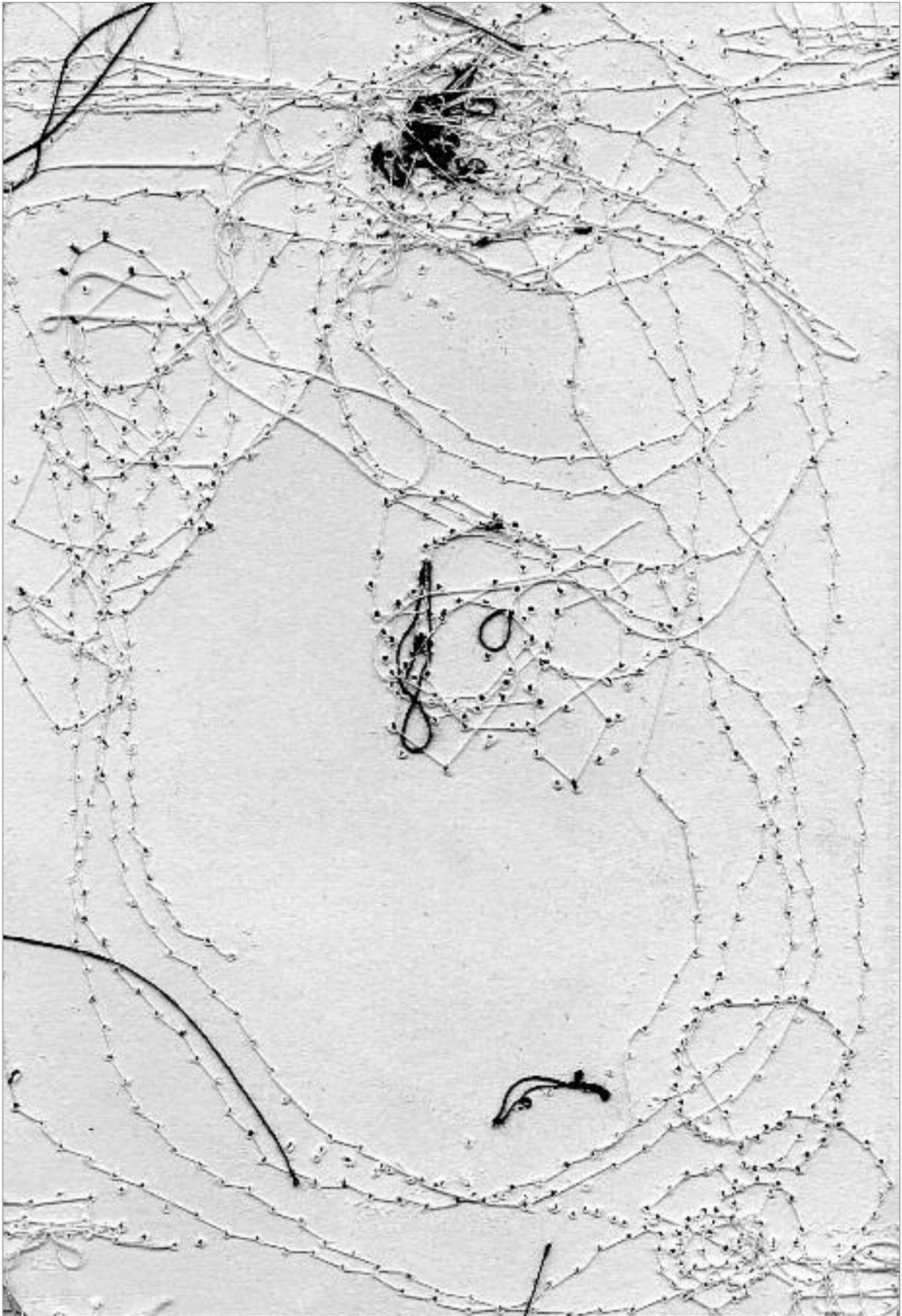
SUÁREZ, V. (2008): “La Ley de Telecomunicaciones será discutida en la Asamblea Nacional”. En: *El Universal*, 17/08/2008. Disponible en línea: http://www.eluniversal.com/2008/08/17/eco_art_inside-telecom_997701.shtml. Consultado el 05/04/2012.

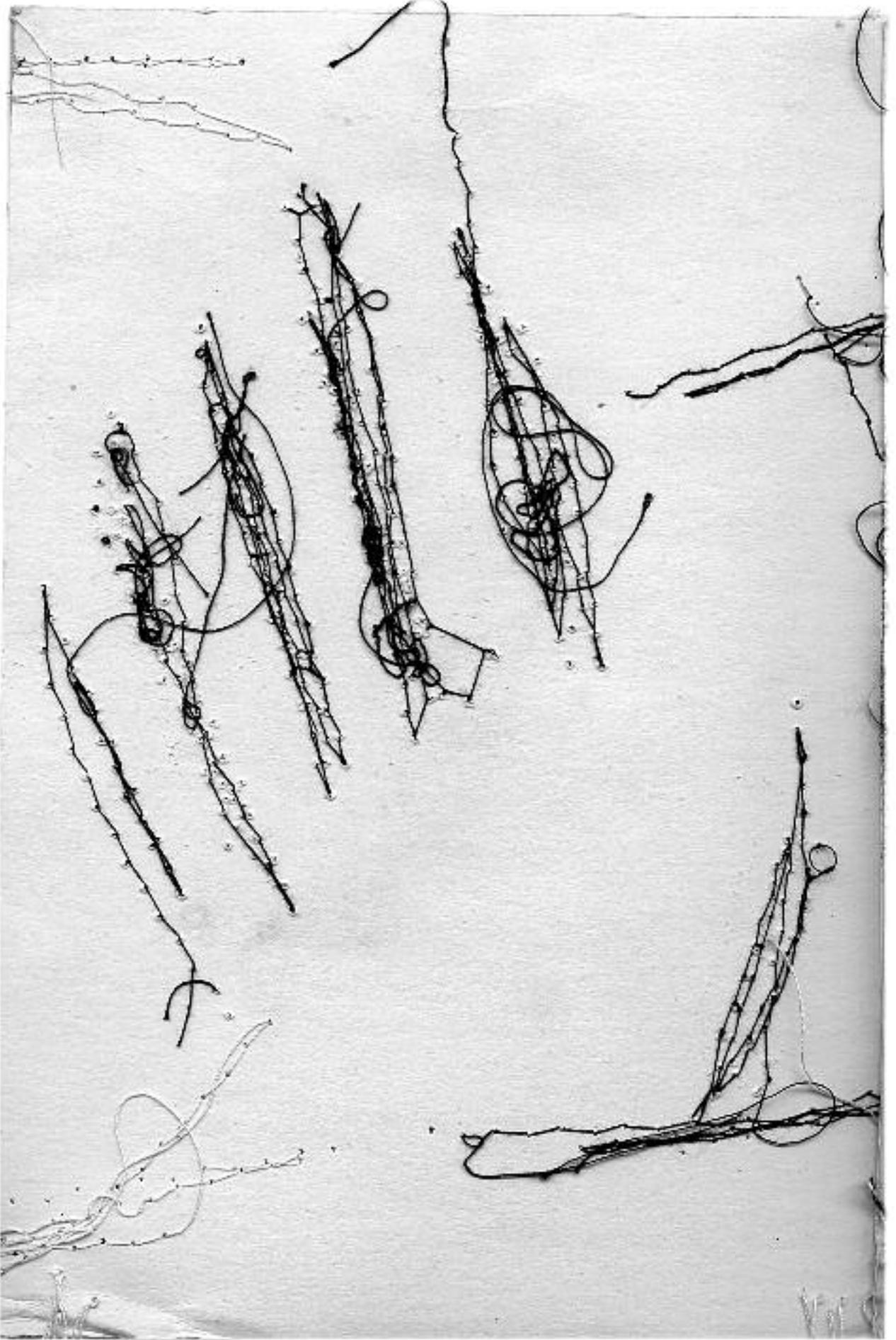
URRIBARRÍ, R. (2009): “La democratización del acceso a Internet: ¿Una década en pico de zamuro?” 27 de abril del año 2009. En: *Periodistas Andinos* (Blog). Disponible en línea: <http://periodistasandinos.blogspot.com/2009/04/la-democratizacion-del-acceso-internet.html>. Consultado el 13/02/2010.

WEFFER, Laura (2007): “El socialismo necesita una hegemonía comunicacional”. Entrevista a Andrés Izarra. En: *El Nacional*, 08/01/2007. Disponible en línea: http://www.boletin.uc.edu.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=4990&Itemid=38. Consultado el 31/03/2010.

Notas

- 1 Decreto N° 737 Gaceta extra oficial N° 5.450 mediante el cual se modifica la adscripción, el nombre y el objeto de La Red Académica de Centros de Investigación y Universidades Nacionales (Reacciun), fundada en 1981.
- 2 Al asumir el Gobierno, el jefe del Estado designó a Diosdado Cabello como director de Conatel, según la Gaceta Oficial N° 36.642 del 12 de febrero de 1999. En la misma fecha en que la Lotel aparece en Gaceta Oficial, el 12 de junio de 2000, mediante el Decreto Presidencial N° 900, lo nombra director general. El nombramiento aparece en la Gaceta Oficial N° 36.993 del 14 de julio de ese año. En el año 2003 el mismo funcionario, que ejercía la titularidad del Ministerio de Interior y Justicia, pasó a dirigir el Ministerio de Infraestructura, de acuerdo con la Gaceta Oficial N° 37.609 del 14 de enero de ese año. En el año 2006, y a pesar de lo establecido en la Lotel, mediante el Decreto sobre Organización y Funcionamiento de la Administración Pública Nacional, el presidente Hugo Chávez modificó las competencias del Ministerio de Infraestructura. Lo atinente a las telecomunicaciones quedaron asignadas al naciente Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones y la Informática, para el cual se designó a Jesse Chacón y al que se adscribió Conatel, todo esto sin haber sido reformada la Lotel. Para un relato pormenorizado se recomienda leer el informe de la Amar (2009).
- 3 Por Decreto, el 25 de agosto de 1999 la Asamblea Nacional Constituyente suspendió las sesiones del Congreso de la República y lo redujo a su Comisión Delegada; posteriormente, el 28 de marzo del 2000, la misma Asamblea lo disolvió y cesaron en sus funciones los Senadores y Diputados que lo integraban, para dar paso a la Comisión Legislativa Nacional que tendría un carácter transitorio para adaptar la legislatura al nuevo Poder Legislativo unicameral debido a la aprobación de la nueva Constitución. El antiguo Congreso pasó a denominarse Asamblea Nacional y se eliminó su condición de bicameral, con Diputados y Senadores, a una sola Cámara, la de Diputados.
- 4 Un dato sumamente importante es el establecimiento del control de cambios instaurado en febrero del año 2003 y que aún se mantiene.
- 5 El ministerio fue eliminado en el año 2009 mediante el Decreto 6.707 publicado en la Gaceta oficial N° 39.178 del 14 de mayo de ese año. Según Urbina (2010), la efímera existencia (menos de dos años) del Ministerio de Telecomunicaciones e Informática solo se explica por la intención de atribuir las competencias de Conatel a un alto nivel de decisión política, pues el ministro designado para el cargo asumiría la dirección general del ente regulador.
- 6 Sobre el tema realizamos una documentación exhaustiva disponible en el blog (Urribarrí, 2008) que abrimos *ex profeso* con esa finalidad.
- 7 El Informe del año 2010 de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos advierte: “estas iniciativas fueron discutidas y votadas por la Asamblea Nacional en menos de una semana, ya que el propósito expresado por el Presidente, era que fueran sancionadas antes del fin del período legislativo que se produjo el 15 de diciembre de 2010”. (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2010)
- 8 Conatel pasó a regular no solo aspectos como acceso a TIC, protocolos de transmisión de datos, asignación de frecuencias, conformación de redes y la conexión de los usuarios, coordinación de enlaces satelitales, y el ancho de banda; es decir regulaciones del transporte, sino que se añaden servicios de valor agregados como Internet, asignación de nombres dominios y los contenidos cursados por las redes de comunicación.
- 9 Aprobada en diciembre de 2004, esta ley constituyó la primera avanzada gubernamental para acotar a los medios de comunicación. Fue parcialmente reformada según Gaceta Oficial N° 39.579, de fecha 22 de diciembre de 2010, reimpresa por error material, en la Gaceta Oficial N° 39.610, de fecha 7 de febrero de 2011.
- 10 La redacción de los puntos 2, 4, 5 y 7 es especialmente imprecisa.
- 11 Cerca de US\$ 3.000, al cambio oficial de Bs. 4,30 por dólar.





GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

● estudios



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

**Cambio de lectura
Políticas públicas
y comportamiento
del lector venezolano
2004-2012**

Carlos Delgado-Flores

● 94

**Las reubicaciones
de la lectura, libros,
lectores y lecturas**

Germán Rey

● 104

**Las nuevas televisiones
Personalización
e individualización**

José M^a Álvarez Monzoncillo

● 114

Abstract

The present study, interpretive character, aimed at generating elements of understanding the notion of reading behaviour, in light of which, the National Book Centre of Venezuela produced three studies, two in 2004 and one in 2012, which were binding, in their respective times, for the design of public policies to promote books and reading. These elements aspire promote a vision to see the Venezuelan sector of books and reading in a double perspective: that of the formation of collective intelligence and its contribution to the development economies, from the following questions: Reading modern digital reading as social practices have the same purpose, it would seem, the formation of collective intelligence for social development? And if they would be having the same purpose, both modern reading and digital reading, public policies that promote them should be regarded as mutually complementary? Is this the Venezuelan's case?



Cambio de lectura

Políticas públicas y comportamiento del lector venezolano 2004-2012

Del conjunto general de las psicotecnologías, la lectura no solo es la más antigua, sino la más difundida, valorada y empleada, por su alcance, ya milenario en tiempo y universal en extensión. Derrick de Kerckhove entiende que psicotecnología es “cualquier tecnología que imita, extiende o amplía los poderes de nuestras mentes” que al articularse conforme se integran sus funciones, constituye *entornos* que “establecen estados intermedios de procesamiento de información (...) Sin duda, tales tecnologías no solo extienden las propiedades de emisión y recepción de la conciencia, sino que también penetran y modifican la conciencia de sus usuarios” (1999: 33)

Se trata, ciertamente, de una tecnología que en la medida en que logró depurarse y estandarizarse en el tiempo, generó las convicciones que impulsaron la conformación de un orden civilizatorio tanto como lo pudo el dinero del capitalismo o la pólvora de los ingenios bélicos que guardaron para los imperios el poder de coacción como último argumento. La modernidad es hija de las sociedades nacionales que surgieron en torno a la reivindicación de las lenguas locales en abandono de la *lingua franca* y en revisión de la verdad revelada; es hija de la enciclopedia, que es un libro circular, síntesis o antología del saber de su tiempo; hija de la episteme y el index, el orden alfanumérico y la escritura de izquierda a derecha (en occidente), de arriba hacia abajo, de palabras separadas que permiten la lectura en silencio (Carr, 2011:78-

El presente estudio, de carácter interpretativo, persigue generar elementos de comprensión a la noción de comportamiento lector, a la luz de la cual el Centro Nacional del Libro de Venezuela elaboró tres estudios, dos en 2004 y uno en 2012, los cuales fueron vinculantes en sus respectivas ocasiones para el diseño de políticas públicas de promoción del libro y la lectura. Dichos elementos aspiran propiciar una visión que permita ver al sector venezolano del libro y la lectura en una doble perspectiva: la de la formación de inteligencia colectiva y la de su contribución a las economías del desarrollo, a partir de las siguientes preguntas: ¿La lectura moderna y la lectura digital como prácticas sociales poseen la misma finalidad, diríase, la formación de inteligencia colectiva para el desarrollo social? ¿Y si resultaran tener la misma finalidad, tanto la lectura moderna como la lectura digital, las políticas públicas que los promueven deben considerarse de forma mutuamente complementaria? ¿Es ese el caso en Venezuela?

■ CARLOS DELGADO-FLORES

100), liberando al lector del auditorio, afirmando su autonomía racional primero, y la sujeción a un derecho universal “para todos y cada uno de los hombres” después, según consta en las leyes escritas; hija de la memoria rememorante, del archivo y el monumento, la racionalidad de la modernidad surgirá según lo afirma Maldonado justamente, en el momento en que la relación de la escritura con la memoria se volvió inextricable, cuando la noción de diálogo se volvió predominantemente diacrónica, para beneficio de la deliberación, de los acuerdos de la *polis*:

Fue precisamente la función mnemónica de la escritura lo que hizo posible, a escala individual, un cambio radical en la esfera de la racionalidad discursiva. Resulta evidente que la capacidad de memorizar, de fijar por escrito, y por lo tanto de volver a consultar las reflexiones propias, facilitó un estilo de pensamiento más estructurado, menos fugaz y precario... (Pero) *El homo scribens* no es simplemente el *Homo oralis* más la escritura. Es otra cosa. Los rimeros usuarios de la escritura de repente comienzan a hablar como escriben y a escuchar como leen. Se da paso a un nuevo modo de dialogar, de intercambiar opiniones, ideas o sentimientos. Se admite la necesidad de diferenciar el momento de hablar del momento de escuchar. (Maldonado, 2007: 54-55, cursivas en el original, paréntesis añadido)

De allí que para las democracias liberales de todo el orbe, la formulación de políticas públicas educativas y/o culturales requieran desarrollar la lectura como mucho más que un hábito individual fundamental para la formación: como el aprendizaje de una tecnología que permitirá el desarrollo de inteligencia colectiva que en la definición de Levy es “una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias. Una inteligencia repartida en todas partes: tal es nuestro axioma de partida. Nadie lo sabe todo, todo el mundo sabe algo, todo el conocimiento está en la humanidad.” (Levy 2004: 19)

Al llegar a este punto surgen las preguntas. ¿La lectura moderna y la lectura digital poseen la misma finalidad, digamos, la formación de inteligencia colectiva para el desarrollo social? ¿Y si resultaran tener la misma finalidad, tanto la



Así pues, el hábito de leer, esto es, de aprender la tecnología de la escritura y su reproducción como lectura, permite el desarrollo de la práctica social de la lectura. ¿Lo entendió así el CENAL cuando realizó sus investigaciones sobre el comportamiento lector?

lectura moderna como la lectura digital, las políticas públicas que los promueven deben considerarse de forma mutuamente complementaria? ¿Es ese el caso en Venezuela?

De allí que este texto se proponga explorar el sentido de estas preguntas desde una perspectiva que genere elementos de comprensión a la noción de comportamiento lector, a la luz de la cual el Centro Nacional del Libro elaboró tres estudios, dos en 2004 y uno en 2012, los cuales fueron vinculantes en sus respectivas ocasiones para el diseño de políticas públicas de promoción del libro y la lectura. Comprensión que permita ver al sector del libro y la lectura en una triple perspectiva: la de la formación de inteligencia colectiva, la de su contribución a las economías del desarrollo y la de la correspondiente garantía de derechos, en correspondencia con los paradigmas de diseño de políticas públicas culturales empleados en el país. (Delgado-Flores, 2005: 67-73)

Hábito de la lectura, comportamiento lector y práctica social

La noción de comportamiento lector se entiende a la luz del hábito de la lectura, más o menos del mismo modo en que podrían entenderse, en su forma relacional, el *habitus* y las prácticas sociales. Para Pierre Bourdieu (1930-2002), *habitus* es el conjunto de esquemas de base a partir de los cuales los sujetos –históricos situados– perciben el mundo y actúan en él. Estos esquemas están incorporados en las estructuras sociales, poseen genealogía a lo largo de la historia vital de cada sujeto y suponen estructuración (objetivación), pero al mismo tiempo estructuran los pen-

samientos, percepciones y acciones de la gente. En su definición indica que es “un sistema de disposiciones durables y transferibles –estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes– que integran todas las experiencias pasadas y funciona en todo momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir”. (Bourdieu, 1988:54 infra). El *habitus* fundamentará las prácticas sociales, que en el enfoque de Bourdieu se explican por las interrelaciones entre éste y el *campo*, el cual se entiende como un espacio social de acción definido por la racionalidad práctica del capital (mercantil, simbólico, relacional, de atención, etcétera) esto es, la acumulación y la administración.

Así pues, el hábito de leer, esto es, de aprender la tecnología de la escritura y su reproducción como lectura, permite el desarrollo de la práctica social de la lectura. ¿Lo entendió así el CENAL cuando realizó sus investigaciones sobre el comportamiento lector? Si bien en ninguna de las tres investigaciones se adelantó una definición, la incorporación en las investigaciones de 2004 de la noción de consumo cultural parecen apuntar hacia la proximidad de un campo de prácticas académicas asociadas a los estudios en comunicación y cultura surgidos en la década de los 90 como correlato a la emergencia de los estudios culturales. (Bisbal y Aguirre, 2010)

El libro y la lectura antes de la política de masificación

A partir de la reforma de la administración pública venezolana realizada entre 2004-2006, el Centro Nacional del Libro, institución creada por la Ley del Libro de 1997 como ente rector de las políticas públicas del libro y la lectura en el país, quedó inscrito en la Plataforma del Libro y la Lectura del Ministerio de Cultura. Si bien esta reestructuración concentró las instituciones públicas del libro conformando una cadena industrial completa (editoriales, agencias de producción y registro editorial, distribuidoras, librerías, bibliotecas y centros de estudio), también excluyó del diseño de estas políticas tanto al sector privado como al tercer sector. Y esta exclusión vino de la mano de una reorientación general del criterio de elaboración de las políticas públicas, que entendió la democratización del libro como distribución masiva de ediciones a bajo costo o gratui-

tas, antes que a la integración de los distintos eslabones de la cadena de valor que permitieran no solo abaratar el libro, sino además garantizar la incidencia del mismo en los procesos de formación de la ciudadanía, aunando beneficios socioeconómicos, educativos y culturales.

Previo a la reestructuración, en 2003 y 2004, el Centro Nacional del Libro adelantaba consultas entre los actores del sector libro caracterizados por el cuerpo legal, para la formulación de una política integral de Estado para el libro y la lectura que no solo estuviera correctamente alineada con los objetivos estratégicos formulados por el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007, sino que además fuera sostenible en el tiempo, planificando el desarrollo del sector libro con miras a elevar su participación en el Producto Interno Bruto (que entonces era de 0,33%), y para contribuir a revertir una situación que ya por entonces se consideraba trágica: 53% de la población económicamente activa (entre 15 y 65 años) poseía una escolaridad promedio de siete años; eso llevó a considerar que el volumen representado por esta población, 8 millones de venezolanos, eran lectores disfuncionales, entendidos como “quienes leen solo lo necesario para orientarse en los lugares y en la prensa, capaces de leer un párrafo largo, pero sin capacidad para sintetizar la idea central del mismo, ni expresarla coherentemente” (Cenal b, 2004:1). Ellos constituyen el núcleo duro de la pobreza hacia el cual apuntaban originalmente las misiones educativas del Estado venezolano en las administraciones 2000-2006 y 2007-2012.

Para 2004, las misiones educativas: Robinson I y II, Ribas, Sucre y Vuelvan Caras, anunciaban dentro de sus metas escolarizar y capacitar a 5 millones de venezolanos en los próximos dos años, para lo cual se declaraba el empleo de diversas metodologías de enseñanza acelerada. El Gobierno instituyó, para apoyar las misiones educativas, un programa de dotación bibliográfica que comenzó en 2003 con la importación de 25 millones de ejemplares de libros cubanos de la llamada Biblioteca Familiar y proseguiría en 2004 con “la Biblioteca Popular Temática, con 27 millones de ejemplares, la edición de más de 200 manuales técnicos hechos por el INCE con un tiraje cercano a los 5 millones de ejemplares, y la importación –anunciada por el Ministro de Cultura– de 400 millones de Bolívares en títulos de Ciencias Sociales, procedentes de Argentina y España, a ser distribuidos

CUADRO 1. RESUMEN DE LA POLÍTICA INTEGRAL DE ESTADO PARA EL LIBRO Y LA LECTURA (2004)

A. POLÍTICAS

1. Afianzamiento del libro y la lectura en el logro del Proyecto Nacional Bolivariano.
2. Profundización de una gestión pública del libro eficiente en lo nacional, regional y local.
3. Fortalecimiento del sistema institucional-legal del sector venezolano del libro.
4. Incorporación del libro como bien estratégico y la lectura como tema de integración en el marco de la Asociación Latinoamericana Bolivariana (ALBA).
5. Democratización del acceso al libro y a la lectura en la población venezolana.

B. OBJETIVOS

1. Desarrollar los objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007 para el sector libro.
2. Impulsar la inserción del libro en el sector de la economía social.
3. Fomentar la actividad editorial nacional en el marco del desarrollo endógeno como sector competitivo y con capacidad de exportación al mercado internacional.
4. Promover la descentralización en forma desconcentrada de la gestión pública del libro.
5. Racionalizar el gasto público y fomentar la participación y ejercicio corresponsable de la comunidad en la gestión pública del sector libro.
6. Propiciar la identificación, conocimiento y valoración de la cultura regional y local por parte de las comunidades, en especial las comunidades indígenas.
7. Revisar y adecuar el conjunto de normas legales vigentes que regulan el sector libro y las instituciones con competencias en aquél.
8. Desarrollar las normas que incorporen al lector como sujeto de la Ley del Libro.
9. Afianzar al Cenal como ente coordinador y responsable de la formulación de la política sectorial del libro.
10. Coadyuvar en el empoderamiento de los sectores más desfavorecidos de la población venezolana ampliando la participación social, en particular la de los pueblos indígenas.
11. Promover los valores y principios que forman nuestra identidad nacional e historia.
12. Fortalecer y desarrollar el Plan nacional de lectura Todos por la Lectura 2002-2012, implantado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.
13. Generar fortalezas en la industria editorial venezolana para suplir la demanda del mercado interno y externo, generando economías de escala que permitan abaratar estructuralmente el precio de los libros.
14. Fortalecer la presencia del libro venezolano en el mercado regional latinoamericano y del Caribe, bajo la propuesta de la Asociación Latinoamericana Bolivariana (ALBA) y en el contexto de la cooperación Sur-Sur.

C. ESTRATEGIAS

1. Ejecutar el Plan nacional de lectura 2002-2012 Todos por la lectura, para formar lectores capaces de transformar su realidad social.
2. Formar alianzas sociales estratégicas orientadas a conformar redes de empresas editoriales, distribuidoras y librerías insertas en la economía social.
3. Insertar al libro en el modelo de desarrollo endógeno como sector productivo de la economía nacional.
4. Reforma institucional y legal del sector libro.
5. Gestión efectiva del sector venezolano del libro, de manera descentralizada y desconcentrada.
6. Constituir el sistema nacional de gestión con apoyo de una red de desarrollo endógeno del sector venezolano del libro.
7. Creación del mercado común del libro latinoamericano y del Caribe.
8. Incorporar al libro en los mecanismos de las relaciones internacionales del Estado venezolano.
9. Armonización de las estrategias de la política integral de Estado para el libro y la lectura.

Fuente: Cenal, a (2004: 50-52).

por la Red de Librerías Kuai Mare”. (Cenal b, 2004:1)

Consideraba el Centro Nacional del Libro, entonces, que era necesario hacer crecer el sector venezolano del libro en su totalidad, para garantizar un libro per cápita que pudiera aumentar desde 0,37 libros por persona en 2000, hasta 10 en el

2020, en un contexto donde mercado y Estado se complementaban en prácticas y orientación. Eso implicaba, entre otras cosas: más libros disponibles en todas las áreas del conocimiento, con una reposición razonable de sus tirajes en tiempo prudencial, para generar una economía de escala que permitiera el equilibrio de los

costos de producción; el desarrollo de toda la cadena de valor de la industria, desde el papel producido en el país, como *commodity*, por industrias venezolanas, así como la puesta en marcha del proyecto *Orinoco Paper Mill*, desarrollado por CVG-Proforca para producir papel periódico y de imprenta a partir de pulpa de pino caribe de los que se cultivan en el bosque de Uverito, en los estados Anzoátegui y Monagas, con concurrencia de los productores privados (Smurfit, Kimberly, entre otros); un mecanismo de comercio exterior del libro basado en el Convenio de Créditos y Garantías Recíprocas de la Asociación Latinoamericana de Integración –Aladi– que permitieran la importación y la exportación sin el diferencial cambiario, así como la agilización de los procedimientos en el Ministerio de Producción y Comercio de entonces (hoy Milco) para la emisión de certificados de no producción nacional con los cuales poder solicitar divisas en Cadivi; una política de subsidio a la compra de libros para todos los empleados de la administración pública, que bien podían convertirse en beneficios contractuales en el sector privado; una política de calidad de las ediciones escolares basada en una norma y una certificación con Fondonorma; un programa de actualización permanente del catálogo de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, la cual para 2003 poseía 683 servicios de biblioteca distribuidos en 24 bibliotecas públicas centrales (una por cada capital de estado), 269 bibliotecas públicas, 339 salones de lectura, 32 puntos de préstamo y 19 servicios móviles. Esto representaba 38 mil 229 puestos de lectura, con cobertura del 85% del territorio nacional; red que poseía un catálogo de 15 mil 862 títulos correspondientes a 4 millones 145 mil 090 ejemplares y era atendida por 4 mil 574 empleados que, nada más en 2002, atendió 31 millones 919 mil 495 consultas y que es de tamaño similar a la red colombiana de bibliotecas, que atiende a una población que tiene un volumen dos veces mayor que la nuestra.

Estas acciones, junto con estrategias más eficaces de promoción del libro dentro y fuera del sistema escolar a ser incorporadas en el Plan nacional del libro y la lectura *Todos con la lectura 2002-2012* fueron desestimadas en 2004, durante la administración de Farruco Sesto, y sustituidas por tres estrategias principales mantenidas hasta hoy: las ediciones masivas de la Plataforma del Libro y la Lectura, la Feria Internacional del Libro de



También en 2004, el Centro Nacional del Libro inicia los estudios sobre comportamiento lector en el país para poder caracterizar al ciudadano lector en su doble condición de público consumidor de este bien de consumo y a la vez sujeto de políticas públicas

Venezuela –Filven– con capítulos en Caracas y en las principales ciudades del país, y la distribución gratuita de ediciones producidas fuera del país.

Se señalaba entonces:

El sector privado editorial venezolano advierte el peligro de quedar fuera de la industria cultural con la aplicación de tales medidas. Se argumenta que, dada una tasa de rotación de inventarios de la industria editorial venezolana cercana a los 24 meses, una introducción masiva de libros no producidos por el sector privado nacional puede elevar en casi un año más este índice (36 meses) lo que afectará en forma dramática el desempeño comercial del sector y el empleo de alrededor de 180 mil familias venezolanas. A ello se le sumará la pérdida de demanda agregada que se genera, más la posibilidad cierta de afectar incluso la producción de textos escolares. De sostenerse en el tiempo estas acciones es posible que el tamaño del sector libro (estimado en 0,33% del Producto Interno Bruto, cerca de 330 millardos de Bolívares) se reduzca en más del 20% (264 millardos de Bolívares) para el cierre de 2004. (Cenal b, 2004:2)

¿Cómo eran los lectores de entonces?

También en 2004, el Centro Nacional del Libro inicia los estudios sobre comportamiento lector en el país para poder caracterizar al ciudadano lector en su doble condición de público consumidor de este bien de consumo y a la vez sujeto de po-

líticas públicas establecidas desde el marco normativo constitucional general, y de la Ley del Libro en específico.

Dos investigaciones se realizaron entonces, el *Estudio de comportamiento lector realizado en padres compradores de libros escolares*, realizado en la primera Feria del Libro Escolar, organizada por el Cenal en septiembre 2003, en el Parque Los Caobos, y el *Estudio de consumo del libro en el contexto de otros consumos culturales*, realizado en el marco de la I Feria del Libro Argentino de Caracas, también en el parque Los Caobos, en marzo de 2004.

La primera permitió, mediante un análisis de conglomerados, caracterizar a la población (padres compradores de libros escolares) en siete grupos actitudinales: 1) *Lectores con poca socialización*: representaba 15,11% de la muestra, con edades comprendidas entre 16 y 29 años, sin hijos y sin costumbre de comentar sus lecturas. 2) *Madres “coraje”*: 22,25% de la muestra, integrada por mujeres entre 30 y 34 años, de bajos ingresos económicos, sostenes de familia de tamaño promedio, con instrucción básica completa, ingreso mensual inferior a 250 mil bolívares (cerca al salario mínimo), tres hijos en promedio, en edad escolar en instituciones públicas, desempleadas o empleadas en economía informal, que aprendieron a leer en la escuela enseñadas por sus maestros, gustan comentar sus lecturas y cuyos hijos prefieren leer cuentos a textos escolares. 3) *Padres lectores*: 18,96% de la muestra, conformado por hombres adultos de 46 años o más, que trabajan principalmente como obreros en empresas privadas, aunque la suma del ingreso familiar se ubica entre 1 y 3 millones de bolívares mensuales (aproximadamente dos salarios mínimos), tienen dos hijos en promedio, en educación media y diversificada. Los miembros de este grupo señalan haber aprendido a leer en la escuela enseñados por sus maestros, prefieren leer libros, mientras que sus hijos prefieren los textos escolares. Suelen ayudar a sus hijos a hacer sus tareas. 4) *Abuelos “jóvenes” lectores*: 11,26% de la muestra, está integrado por adultos de 46 años o más, de género masculino, con instrucción universitaria completa, trabajan como empleados en la administración pública, tienen 4 hijos o más, algunos de ellos en edad escolar. Los miembros de este grupo manifiestan haber aprendido a leer en casa, enseñados por padres o parientes. Sus hijos cursan educación media, diversificada, técnica y superior, son lectores de diver-

idad de géneros y temáticas y se ayudan a hacer las tareas entre sí. 5) *Adultos lectores*: 10,16% de la muestra, conformado por adultos de 35 a 39 años, con instrucción universitaria completa, trabajan como empleados en empresa privada, sus ingresos familiares se ubican entre 500 mil y un millón de bolívares mensuales (dos a tres salarios mínimos de entonces), tienen hijos en edad escolar, aprendieron a leer en casa enseñados por sus padres, leen principalmente periódicos y revistas, sus hijos cursan educación básica en instituciones privadas y prefieren leer cuentos. 6) *Madres “enfocadas”*: 15,93% de la muestra, conformado por mujeres, en edades comprendidas entre 30 y 34 años, madres de familias pequeñas, de un hijo, generalmente en edad escolar, en instituciones públicas, que aprendieron a leer en su casa enseñadas por sus padres, no suelen comentar sus lecturas y ayudan a sus hijos a hacer sus tareas. 7) *Padres “ausentes”*: 6,32% de la muestra, conformado por hombres entre 30 y 34 años, desempleados, con tres hijos, algunos en edad escolar, que aprendieron a leer en la escuela pero con colaboración de los padres, lectores de folletos y revistas. Sus hijos en educación media y diversificada estudian en instituciones públicas, sus hermanos y otros parientes les ayudan con las tareas y prefieren leer textos, novelas y cuentos.

Delgado-Flores (2008:28) concluye sobre esta investigación, en la perspectiva del diseño de políticas públicas para el libro y la lectura, que:

La socialización temprana del hábito de la lectura en el hogar permitirá la transmisión de esa práctica de padres a hijos. Los grupos de lectores poco desarrollados aprendieron a leer en la escuela, enseñados por los maestros, y tienen poca socialización con la lectura, por tanto, parecen apuntar hacia la poca atención que el sistema escolar viene dando a los procesos de enseñanza de la lectoescritura. Se puede indicar, como hipótesis para otros estudios, que el desarrollo de las estrategias familiares de formación y divulgación del conocimiento son claves para el desarrollo cultural de las sociedades, más incluso, que la propia acción del Estado en rol de educador.

La segunda investigación pretendía ubicar al libro en el contexto de otros consumos culturales, tomando como punto de partida para su definición el estudio de consumo cultural realizado por Bisbal en



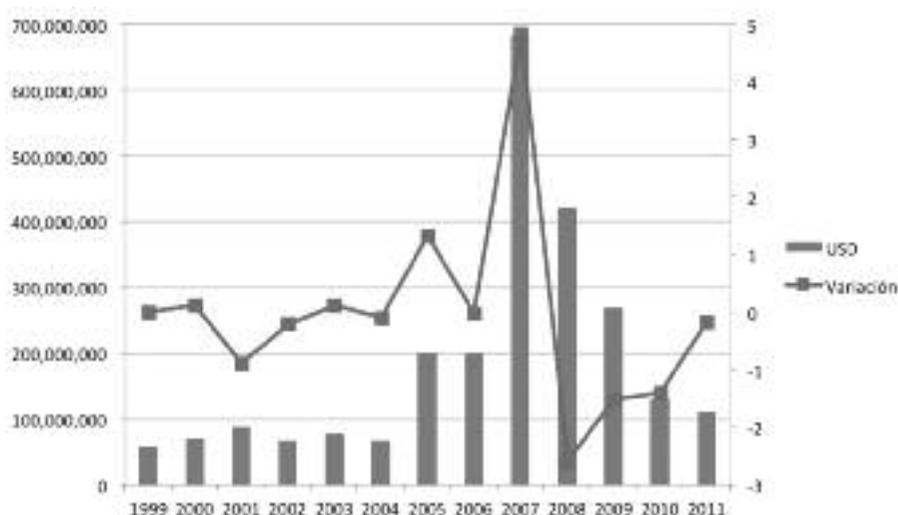
Se puede indicar, como hipótesis para otros estudios, que el desarrollo de las estrategias familiares de formación y divulgación del conocimiento son claves para el desarrollo cultural de las sociedades, más incluso, que la propia acción del Estado en rol de educador.

**CUADRO 2. VENEZUELA.
IMPORTACIONES DE LIBROS
USD 1999-2011**

AÑO	USD	Variación
1999	59.252.812	0
2000	70.644.504	0,11
2001	88.023.800	-0,89
2002	66.943.976	-0,21
2003	77.947.192	0,11
2004	67.581.000	-0,1
2005	199.857.000	1,32
2006	198.193.000	-0,02
2007	682.177.000	4,84
2008	421.762.000	-2,6
2009	269.783.000	-1,52
2010	129.294.000	-1,41
2011	111.381.000	-0,18

Fuente: Aladi. Cálculos del autor

GRÁFICO 1. VENEZUELA. IMPORTACIONES DE LIBROS USD 1999-2011



Fuente: el autor (2013) con datos de Aladi.

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

Igualmente, se realizó un análisis de conglomerados para describir cinco grupos actitudinales:

1. *Adultos contemporáneos, profesionales, casados, aficionados a la lectura y la música*. 45,74% de la muestra y comparten las siguientes características: edades comprendidas entre 25 y 44 años, instrucción universitaria completa, trabajan, tienen un ingreso familiar promedio entre 600 mil y un millón 200 mil (dos a tres salarios mínimos de entonces) y están casados. Leen prensa, oyen música, navegan por Internet, van al cine, eligen las películas que ven por el director, y leen como principal fuente de conocimiento.
2. *Jóvenes estudiantes, no activos económicamente, que gustan de ver videos, chatear y leer por placer*. 10,34% de la

muestra y comparten las siguientes características: edades entre 15 a 24 años, instrucción secundaria completa, no trabajan, solteros y con ingresos menores a 300 mil (menos de un salario mínimo de entonces). Ven videos, navegan por Internet, chatean, leen para entretenerse, ven telenovelas.

3. *Personas solteras de bajos ingresos económicos, educación media incompleta, aficionados a la TV, no aficionados a la lectura y al Internet, y no realizan actividades de esparcimiento fuera de casa.* 24,03% de la muestra y comparten las siguientes características: instrucción secundaria incompleta, ingresos promedios menores a 300 mil (un salario mínimo de entonces), solteros. Oyen radio, ven televisión, cocinan, ven videos, van a conciertos populares y a centros comerciales.
4. *Adultos de edad madura, ingresos superiores, formación universitaria, probablemente “jubilados”, que gustan de la lectura, la música, Internet y actividades culturales.* 17,31% de la muestra y comparten las siguientes características: edades comprendidas entre 55 y 64 años, ingresos superiores a un millón 200 mil (tres salarios mínimos de entonces), divorciados, instrucción universitaria completa y/o postgrado. Chatean, escriben, navegan en internet, leen libros, oyen música. Van a parques y a restaurantes, a museos y a galerías.
5. *Grupo muy pequeño de mujeres casadas, sin gustos por Internet, cibercafés y cines.* 2,58% de la muestra y comparten las siguientes características: edades entre 35 y 44 años, ingresos promedios entre 600 mil y un millón 200 mil (dos y tres salarios mínimos de entonces), casadas, instrucción universitaria completa. Cocinan, leen prensa, ven televisión, van a librerías y restaurantes, al cine y eligen las películas independientemente del director.

Delgado-Flores (2008:30) concluye sobre esta investigación en estos términos: 1) El lector autónomo suele leer por placer, en su casa, con música. Como consumidor, tiende a equilibrar el tiempo de lectura con el de ver televisión, o video, o con la visita a centros comerciales, o a familiares y amigos. 2) La mayoría de los lectores autónomos son adultos contem-



Se edita más, ciertamente, dentro de las limitaciones de tener que importar también materia prima (papel y pulpa de papel, en el caso de la producción nacional de papeles). Pero ¿se lee más? ¿Se lee mejor?

poráneos. 3) Es posible que el grupo actitudinal N° 1 del estudio de consumo del libro, tenga relaciones parentales con el grupo actitudinal N° 4, lo cual vendría a ser coherente con el comportamiento de los grupos 3, 4 y 5 del estudio de comportamiento lector. 4) Puede decirse que el lector autónomo lo es por una tradición de socialización de la lectura, la cual reproduce en la formación de nuevas generaciones. ...”

Diez años después...

En los últimos diez años, la balanza comercial del libro en Venezuela ha estado inclinada a la importación, en buena parte impulsada por la adquisición masiva de libros cubanos por parte del Gobierno. En 2002, Aladi reporta importaciones por un valor de 66 millones de dólares (Cenal c, 2003: 31), concepto que en 2007 y 2008 exhibe un incremento notable de 682 y 421 millones de dólares respectivamente. No obstante, la tendencia al alza no pudo sostenerse y, ya para 2011, estas importaciones caen a 93 millones de dólares, con posibilidades de seguir bajando dadas las condiciones de la recesión económica y el modo en que esta afecta al sector libro. De ese total de importaciones, 39.8 millones corresponden propiamente a libros, los otros rubros incluyen papel de imprenta, tintas u otros materiales editoriales que también se han escaseado, dificultando a su vez la producción editorial nacional.

Sin embargo, esta caída de las importaciones, ¿está compensada por la producción nacional? El Centro Regional para el Fomento del Libro en América La-

tina y el Caribe –Cerlalc– en su boletín estadístico *El libro en cifras* de diciembre 2012 señala que en 2011, en Venezuela se produjeron 3 mil 517 nuevos títulos, para una tasa de doce títulos nuevos por habitante, con lo cual el libro per cápita pasa de 0,37 libros por habitante en 2000, a cuatro libros por habitante en 2004, y ahora a 12, con lo que se supera por dos libros y cinco años menos, la meta propuesta por el Cenal en la orientación anterior. Hay, por lo menos según lo registrado con base el ISBN, un alto índice de libros per cápita, a partir de los tirajes declarados para cada título, la mayoría de los cuales son generados por editoriales oficiales. La proporción de la edición nacional sigue la estructura de la demanda en la cual, el libro de texto escolar es lo más demandado, seguido de interés general, narrativa y autoayuda, alternativamente.

Se edita más, ciertamente, dentro de las limitaciones de tener que importar también materia prima (papel y pulpa de papel, en el caso de la producción nacional de papeles). Pero ¿se lee más? ¿Se lee mejor? El *Estudio del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura en Venezuela*, realizado por el Centro Nacional del Libro en marzo de 2012 (Cenal, d, 2012) expresa magnitudes que merecen ser interpretadas con calma y detalle. Así pues, 82,51% de los entrevistados en este estudio declaran leer algún tipo de publicación, de los cuales, 50,20% indican *libros*; 31,70% *textos escolares*; 49,70% *revistas*; 68,70% *periódicos*; 40,90% *Internet y/o material digital* y 6,30% *otros*. Por otra parte, 38,61% de los entrevistados se encuentra en el estrato IV y 27,67% en el estrato III; por edades, la lectoría se ubica principalmente en los rangos de edad de 25 a 34 años (20,9%), y 45 a 59 años (20,3%); y por nivel educativo, 27,58% de los lectores posee educación básica completa, media general y profesional incompleta, 21,78% media general y profesional completa y 20,18% primaria completa y básica incompleta. Ello es consistente con los indicadores sociodemográficos del país, especialmente con los indicadores de fuerza de trabajo que plantean que 53% de la población económicamente activa, entre 15 y hasta 65 años, sigue teniendo, diez años después del inicio de las misiones educativas, una escolaridad máxima de 7° grado, según datos oficiales publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas.

Los problemas se presentan cuando se pregunta por la cantidad de libros leídos

en los últimos doce meses: 32% declara que *ninguno*, 20% que *uno*, 21% de *dos a cuatro*, 6% de *cinco a diez libros*, solo 2% de los entrevistados lee *once o más*. Lo cual no es óbice para que la representación social de la lectura se exprese en los términos del deber ser: 25,70% declara a la lectura como *fuerza de conocimiento profesional*, 11,70% indica que es *una actividad placentera*, 15,70% la valora como *fuerza de conocimiento para la escuela*, aunque 45,30% prefiera declararla como *fuerza de conocimiento para la vida*.

Sobre las posibles limitaciones para el acceso a la lectura, 52,1% indica que no ve *ninguna* dificultad; 10,3% expresa como razón para no leer que *no tiene paciencia*, *no le gusta*, *no comprende lo que lee*; 10,4% dice que *no tiene tiempo*; 7,8% *no tiene facilidad para acceder a libros*; 7,7% *no tiene acceso*; y 8,7% *no lee por limitaciones físicas (visión, motricidad, otra)*. Y cuando se indaga sobre el monto que dispone para la compra de libros el promedio es de Bs. 485,89 (con una desviación típica de Bs.732, 78). Libros que serán adquiridos en una librería (37,40%), o en un quiosco (25,50%), o una feria de libro (14,30%) principalmente y que serán leídos en casa (69,10%), como pasatiempo (67,30%) o por estudio o trabajo (23,60%), pero que tendrán que competir por el tiempo libre de los lectores (9,1%) frente a la televisión (vista por 23,8% de los entrevistados), descansar (18,6%) y reunirse con los amigos (10,5%), entre otras actividades.

La consulta a bibliotecas públicas también se ve reducida en comparación a los indicadores de principios de la década. Así, 80% de los entrevistados declara que no van a ninguna biblioteca; 9,1 va a bibliotecas públicas; 8,5 a bibliotecas universitarias.

Con estos indicadores de disponibilidad de tiempo de ocio y recursos dedicados a la lectura, escasamente, un venezolano típico pueda leerse más de dos libros al año, aunque el estudio realiza un perfil del lector venezolano con estas características:

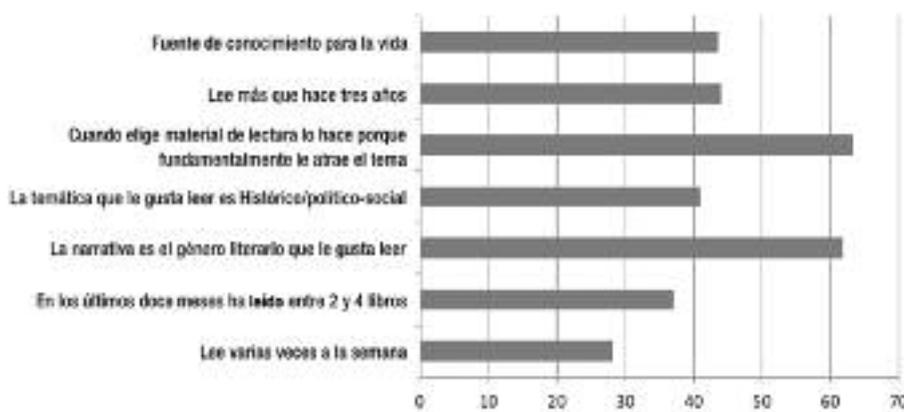
- Lee varias veces a la semana (28,2%).
- En los últimos doce meses ha leído entre 2 y 4 libros (37%).
- La narrativa es el género literario que le gusta leer (61,8%).
- La temática que le gusta leer es Histórico/político-social (40,9%).
- Cuando elige material de lectura lo hace porque fundamentalmente le atrae el tema (63,2%).

CUADRO 3. VENEZUELA. PERFIL DEL LECTOR DE LIBROS EN VENEZUELA SEGÚN SU PRÁCTICA DE LECTURA EXPRESADO EN PORCENTAJE

Lee varias veces a la semana	28,2
En los últimos doce meses ha leído entre 2 y 4 libros	37,0
La narrativa es el género literario que le gusta leer	61,8
La temática que le gusta leer es histórico/político-social	40,9
Cuando elige material de lectura lo hace porque fundamentalmente le atrae el tema	63,2
Lee más que hace tres años	43,9
Fuente de conocimiento para la vida	43,6

Fuente: Cenal (2012)

GRÁFICO 2. VENEZUELA. PERFIL DEL LECTOR DE LIBROS EN VENEZUELA SEGÚN SU PRÁCTICA DE LECTURA EXPRESADO EN PORCENTAJE



Fuente: el autor (2013) con datos de Cenal (2012)

- Lee más que hace tres años (43,9%).
- Considera a la lectura como fuente de conocimiento para la vida (43,6%).

No se eximió el Cenal de indagar los alcances de la política de edición y distribución masiva a través de la Plataforma del Libro y la Lectura que incluye entre otras acciones de Gobierno la creación de la editorial El perro y la rana, el cambio de perfil de Monte Ávila Editores, la transformación de las librerías Kuai mare en la red de Librerías del sur, la descentralización de la Feria Internacional del Libro de Venezuela, todo ello para construir una cadena industrial oficial.

El resultado no deja de asombrar: 81,2% de los entrevistados declaran no haber recibido ningún libro donado por el Estado, y de aquellos que sí lo han recibido (11,36%), 18,5% declara no haberlo leído. El argumento más esgrimido para explicar esto es que *No ha tenido tiempo* (48,40%). Adicionalmente, 74,90% de los entrevistados declara no conocer ninguna de las revistas del sistema masivo de revistas; 88,7% no sabe de la existencia de la Red de Librerías del Sur. Pero eso no

parece ser muy importante ya que 71,2% considera que con la distribución gratuita de libros el Estado *está cumpliendo con la responsabilidad de motivar el hábito de la lectura*, y 67,5 señala que *está favoreciendo el cambio sociocultural del pueblo*.

¿Cambios en el modo de leer? La lectura en el entorno digital

En paralelo y no necesariamente al margen de la lectura de lo impreso, la conformación del entorno digital y la emergencia de la Sociedad del Conocimiento, de la mano de las tecnologías de información y comunicación, también concebibles como psicotecnologías, vienen generando múltiples procesos de cambio, evidenciables tanto en el plano de la operación antropológica como en el de la organización y estructuración social.

De Kerckhove ha sostenido, como continuación de los postulados de la Escuela de Toronto, que los orígenes de la digitalización hay que encontrarlos en la escritura alfabética: en el procedimiento de abstracción que implica llevar la realidad

a letras que no significan por sí mismas, sino solo en presencia de una gramática, o como emblemas, en sí mismas, de palabras, ya que “de igual manera que las partículas dividen el átomo, la digitalización atraviesa el lenguaje más allá de sus divisiones naturales” (1999:67). Ello tiene implicaciones de cambio para el modo en que solemos concebir la memoria. Por una parte, la modulación de lo público y lo privado en el tercer entorno (Echeverría, 1999) implica dejar de considerar a la memoria como recipiente para comprenderla como relación (Brea, 2007:13) constituida desde la disposición en red de la conversación. Memoria dialogal, pero memoria mediada por la escritura (la codificación). La memoria dialogal posee dos momentos de descripción. El primero, desarrollado por Bajtin (1979) y su teoría del enunciado describe esta construcción como base para la elaboración de los discursos. Para Bajtin, un enunciado solo puede existir si es producido por una voz. En ausencia de direccionalidad (es decir: de sentido en su acepción vectorial), el enunciado no existe ni puede existir. La comprensión de un enunciado implica un proceso en el que otros enunciados entran en contacto y lo confrontan. La comprensión consiste en vincular la palabra del hablante a una contrapalabra, entendiéndose como contrapalabra, una palabra alternativa del repertorio del oyente. Este proceso dialógico establece, cognitivamente hablando, un proceso de reconocimiento y de ampliación de la memoria semántica que es aprendizaje activo. La dimensión simbólica, incluida en el modelo tridimensional de la semiología crítica (sintagmático- paradigmático-simbólico) son enunciados que dependen de la consideración de los aspectos discursivos de la operación semiótica, así, la memoria es el territorio de las relaciones en ausencia del presente del habla: las relaciones paradigmáticas.

El segundo momento de la memoria dialogal es el interpretativo. Concebimos una memoria interpretativa en el contexto de la cultura en tanto memoria pública (de Kerckhove, 1999) y pensamiento colectivo (Geertz, 1973), como un ejercicio de traducción, más o menos normativizado conforme los grados de elaboración simbólica y de competencia, a partir de los diálogos establecidos. Brea la caracteriza en estos términos:

Una memoria, por tanto, de constelación, en la que el recordatorio de cada elemento es puesto por el régimen de inter-

CUADRO 4. VENEZUELA. POBLACIÓN GENERAL, DE 14-64 AÑOS, ESCUELAS, HOGARES CON TV CABLE Y HOGARES CON INTERNET POR ESTADOS

ESTADOS	POBLACIÓN	15-64 años	ESCUELAS	Hogares TV CABLE	Hogares INTERNET
AMAZONAS	146.480	87.623	379	11.527	1.810
ANZOÁTEGUI	1.469.747	985.473	1.235	153.463	87.997
ÁPURE	459.025	287.290	952	51.998	10.889
ÁRAGUA	1.630.308	1.122.248	1.087	264.303	119.935
BARINAS	816.264	532.865	1.628	88.427	32.480
BOLÍVAR	1.410.964	936.324	1.608	174.817	78.439
DISTRITO CAPITAL	1.943.901	1.362.184	1.265	257.088	226.652
CARABOBO	2.245.744	1.537.033	1.395	258.203	153.370
COJEDES	323.165	214.990	594	43.792	14.222
DELTA AMACURO	169.831	103.758	283	16.725	4.450
FALCÓN	902.847	598.492	1.230	103.404	37.270
GUÁRICO	747.739	494.869	894	99.038	29.187
LARA	1.774.867	1.187.304	1.877	217.738	105.150
MÉRIDA	828.592	557.294	1.152	133.601	51.949
MIRANDA	2.675.165	1.832.575	1.727	406.883	262.337
MONAGAS	905.443	590.756	836	100.621	36.411
NUEVA ESPARTA	491.610	334.047	299	63.625	35.463
PORTUGUESA	876.496	571.133	1.079	80.691	33.084
SUCRE	896.291	583.670	1.054	108.501	32.161
TÁCHIRA	1.168.908	799.521	1.304	190.856	78.375
TRUJILLO	686.367	448.553	990	84.315	24.078
VARGAS	352.920	239.642	260	60.494	28.480
YARACUY	600.852	393.003	634	66.629	23.022
ZULIA	3.704.404	2.450.010	2.469	391.514	185.544
TOTAL	27.227.930	18.250.657	26.231	3.428.253	1.692.755

Fuente: Cenal (2012)

lectura, de interconexión, que guarda con el conjunto tomado como totalidad (...) Una memoria volátil y de corto alcance. Es una memoria heurística, que en base al trabajo de interconexión o interlectura que moviliza, produce creativamente conocimiento, innovación, reelaboración enunciativa. (...) Una memoria que entonces ya no es de objeto sino de red, que ya no es de registro y consignación sino relacional y distribuida, diseminada como potencia de relación y actuación en el espacio de la interconexión, en la reciprocidad de la acción recíproca de los sujetos que por su mediación se comunican, transmiten y afectan mutuamente de conocimiento y afectividad, intelección compartida e interpasión (Brea, 2007: 190)

Ambos momentos descriptivos de la memoria, el dialogal y el interpretativo, aparecen modulados por el lenguaje (oral, multimedia, hipertextual, traducibles todos al lenguaje binario) como tecnología, y de él, principalmente, el recurso de la homogenización codificante que bien puede denominarse escritura y que Mal-

donado define como un “sistema gráfico de notación que, en el contexto particular de una comunidad lingüística, se emplea como instrumento de interacción comunicativa, de producción (y creación) cultural y, no menos importante, de memoria individual y colectiva”. (2007:56)

La escritura, se sabe, formaliza el habla, transforma el libre flujo de la representación (en tanto conciencia fenoménica) desde la cognición computante, pero a la vez textualiza el lenguaje, generando un sistema complejo de protocolos que o bien se constituyen en norma para la memoria pública, o bien, al ejercer tensión sobre la representación, constituyen un mundo sustitutivo: el orden logocentrista descrito por Derrida en *De la gramatología* (1971) que si bien es orbe de interpretación, también lo es de los discursos instituidos como formas de poder. Ello, por el proceso que Damascio describe: “las palabras que estoy utilizando (...) se forman antes que todo, en cuanto breve y aproximadamente, como imágenes auditivas, visuales y somatosensibles de fonemas y morfemas, antes de que yo las concrete sobre la página en su versión es-

crita". (1999: 319, citado por Maldonado, 2007:62 infra)

De la escritura en cuanto técnica y del modo como que ella modela la cognición computacional en tensión con las tecnologías de la oralidad (Ong, 1997) versan buena parte de las investigaciones de la Escuela de Toronto. De Kerckhove, en particular, sostiene como hipótesis que el alfabeto ha desempeñado un papel determinante en la prioridad de la temporalización y la secuenciación, las dos funciones centrales del hemisferio izquierdo del cerebro humano. (1999: 54). Pero leer el texto digital, en pantalla, como imagen, tendría que equilibrar la dinámica computacional de los hemisferios. Por otra parte, de Kerckhove también afirma que "el efecto más visible y quizás el más importante de la evolución alfabética fue la invención de la perspectiva" (1999:58), que asociamos a la idea de jerarquización, tanto espacial como temporal. Idea que tiende a difuminarse ante la emergencia del *tiempo real* acelerado y simultáneo que viene de mano de la digitalización.

Así pues, hay también para el entorno digital una memoria, dialogal e interpretativa, hecha desde la disponibilidad conjunta del habla y el archivo, del texto y su referencia (hipertexto). Memoria en presente y memoria atenta, que se constituye en el cambio de las gramáticas: la del que escribe y la del que lee el texto como imagen (la e-imagen) relacional antes que rememorante. Memoria que aun se constituye en sujeto de la biopolítica en la medida en que es modulable la presencia de individuos involucrados en su relación (bien de manera física o vicariante, tras una dirección IP), pero que también, ahora más que nunca, abre las posibilidades a los contrapoderes. Porque esta memoria –pública y privada– al desarrollarse en el entorno digital es capaz de generar nuevas formas de inteligencia colectiva, que en palabras de Kerckhove (estarán) "basadas en muestreos estadísticos y actividades de grupos de discusión. Esas nuevas formas de inteligencia colectiva se ajustarán a las necesidades individuales mediante palabras clave, búsquedas de índice invertidas e integradores neuronales en red." (1999:90). Y ello porque "hoy en día el nuevo sentido común es el proceso digital. Mediante la digitalización todas las fuentes de información, incluidos los fenómenos materiales y los procesos naturales, así como nuestras estimulaciones sensoriales, por ejemplo en los sistemas de realidad virtual, son homogenei-

zados en secuencias de ceros y unos." (de Kerckhove, 1999:109)

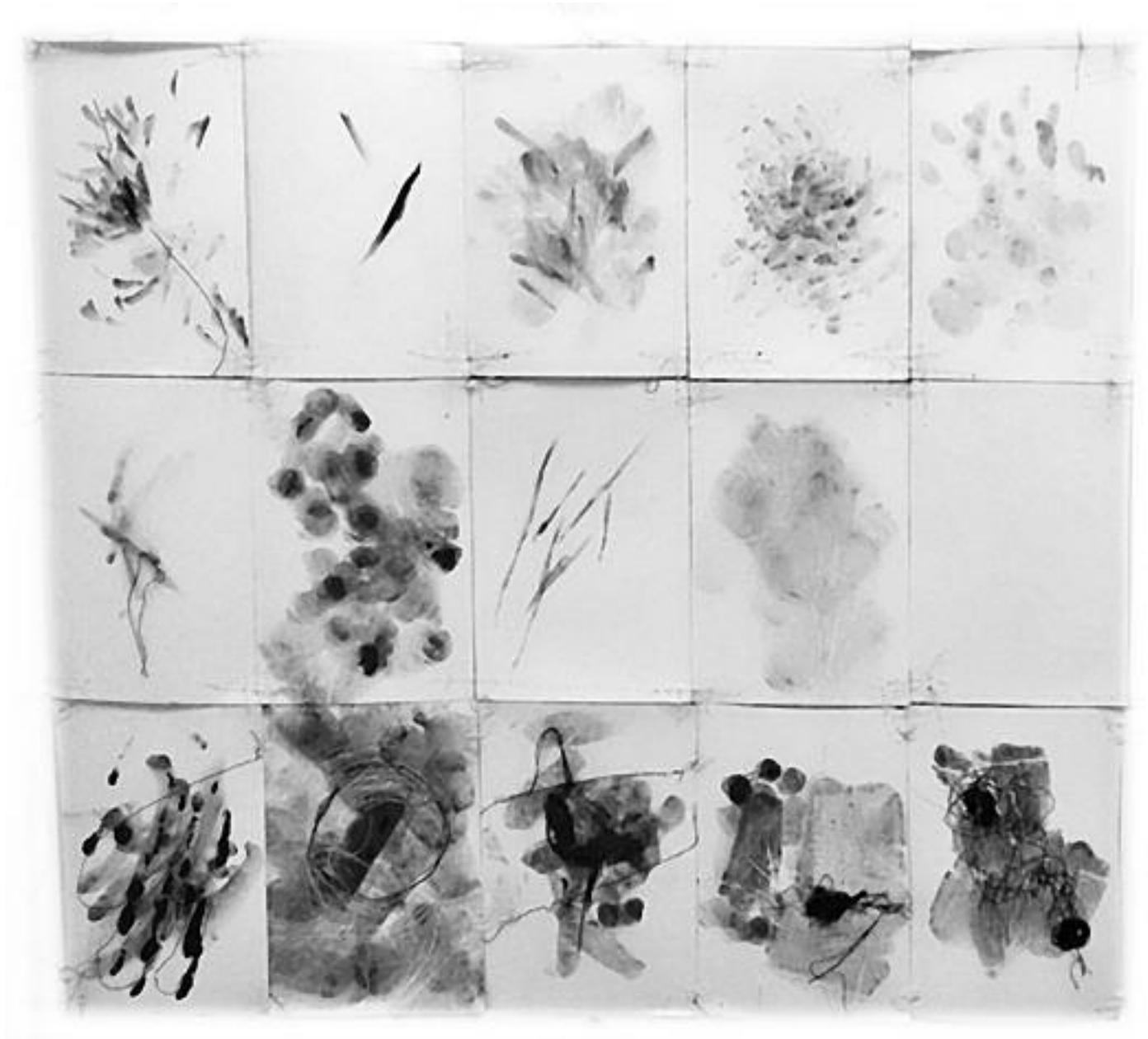
Y cabe, por supuesto, plantearse si el desarrollo de la lectura como práctica social en el tercer entorno en Venezuela es modulable por vía de la formación, de la educación estética, de la provisión de acceso a la tecnología, y el rol que las políticas públicas deben jugar ante un conjunto de prácticas sociales que al propender hacia un mismo fin, reclaman una visión más integral y compleja de la planificación. El gráfico 3 muestra como la cantidad de hogares con televisión por cable y la cantidad de hogares con acceso a Internet en Venezuela ofrece magnitudes crecientes y constantes, que pueden resultar congruentes con los nuevos modos de practicar la lectura, y que puede ser objeto de investigaciones interdisciplinarias que apunten en la línea de la descripción densa (Geertz, 1973) hacia la búsqueda de comprensiones del tipo de modernidad que viene surgiendo en Venezuela más allá de la modernidad ilustrada, la de las ciudades letradas contemporáneas.

CARLOS DELGADO FLORES

Magister en Comunicación Social por la UCAB. Coordinador Académico del Programa de Postgrado en Comunicación Social de la UCAB. Miembro del equipo de redacción de la revista Comunicación.

Referencias

- BAJTIN, M. (1979): *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- BISBAL, M. y AGUIRRE, J. (2010): *Prácticas y travesías de la Comunicación en América Latina*. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- BISBAL, M. et all (1998): *El consumo cultural del venezolano*. Caracas: Coedición Fundación Centro Gumilla, Consejo Nacional de la Cultura.
- BOURDIEU, P. (1988): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. España:Taurus.
- BREA, J. (2007): *Cultura RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa. Colección Ciberculturas.
- CARR, N. (2011): *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* España: Taurus. Traducción de Pedro Cifuentes.
- CAVELIBRO (2005): *Primer estudio del sector libro en Venezuela*. Caracas: Cámara Venezolana del Libro.
- CENAL a (2004): *Política integral de Estado para el libro y la lectura. Documento base para la discusión*. Caracas: Centro Nacional del Libro (mimeografiado).
- _____ b (2004): *Notas para un estudio de mercado del sector editorial*. Carlos Delgado Flores, oficina de investigaciones. Caracas: Centro Nacional del Libro (Mimeografiado).
- _____ c (2003): *Hacia un mercado común del libro latinoamericano y del caribe* (una propuesta para la integración). Caracas: Centro Nacional del Libro. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela. Grupo Parlamentario Venezolano del Parlamento Latinoamericano. (Mimeografiado).
- _____ d (2012): *Estudio del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura en Venezuela*. Caracas: Centro Nacional del Libro (mimeografiado).
- DE KERCKHOVE, D (1999): *La piel de la cultura*. Barcelona: Gedisa.
- DELGADO FLORES, C. (2005): "El nosotros de una híbrida modernidad: 30 años de paradigmas en políticas culturales". En: revista *Comunicación* número 131. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- _____ (2004): "Mercado del libro a la espera de una política de Estado". En: revista *Comunicación* número 127. Caracas. Fundación Centro Gumilla.
- _____ (2003): "El lector venezolano y las políticas públicas del libro y la lectura". En: revista *Comunicación* número 124. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- DERRIDA, J. (1971): *De la Gramatología*. México: Siglo XXI.
- ECHEVERRÍA, J. (1999): *Los señores del aire. Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- GEERTZ, C. (2005): *La interpretación de las culturas*. España: Gedisa. Serie Cladema, 13ª reimpresión [Primera edición (1973) *The interpretation of cultures*. Nueva York: Basic Books Inc.]
- LEVY, P. (2004): *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Organización Mundial de la Salud. Documento en línea, disponible en <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/channel.php?Lang=es&channel=8> (Fecha de recuperación: agosto de 2009)
- MALDONADO, T. (2007): *Memoria y conocimiento: sobre los destinos del saber en la perspectiva digital*. Barcelona: Gedisa. Colección cibercultura.
- ONG, W. (1997): *Oralidad y escritura, tecnologías de la palabra*. México: Fondo de Cultura Económica.



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

Las reubicaciones de la lectura, libros, lectores y lecturas

Los libros y la lectura conforman uno de los escenarios en que se observa con mayor claridad las tensiones y las renovaciones de la cultura. Ya sea que la observación se haga desde la infraestructura de la producción y circulación editorial, desde la relación con otras expresiones culturales o desde los cambios de la lectura, siempre se encontrarán registros de tránsitos y mutaciones. Lo que muestran estos registros es mucho más que el dinamismo económico de la creación. Porque los libros y la lectura se incorporan al paisaje latinoamericano de la desigualdad (la más profunda del planeta), a la movilidad social favorecida en los años más recientes por el acceso a la educación de un mayor número de personas y al reordenamiento profundo de la cultura que permite la interacción de las culturas globales con las locales, promueve la convergencia de instrumentos y prácticas culturales que hace años transitaban por circuitos diferentes, desestabiliza el proyecto ilustrado tan vinculado con la lectura y la escritura y estimula una serie de mezclas que reubican simbólicamente a los libros y la lectura. Las funciones de la lectura varían a medida que también se amplían las modalidades del leer. La lectura en Internet, como se demostrará más adelante, crece rápidamente mientras que otros tipos de lectura se estabilizan y ceden sus lugares de privilegio.¹

Los libros dentro del panorama de las industrias creativas

En el panorama de las industrias creativas, la industria editorial tiene un lugar significativo, después del diseño y de los servicios creativos². Se estima que en 1996, las exportaciones de bienes y servi-

La lectura vive transformaciones profundas. Los estudios muestran un ascenso de la lectura en Internet y la influencia de tres características sociodemográficas: la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico. Son los más jóvenes, los más educados y los más ricos los que leen más, especialmente en América Latina, lo que corrobora la presencia de la desigualdad en la tenencia de libros así como en las prácticas habituales de lectura. Estas a su vez son una expresión de la diversidad: se leen géneros diversos, en formatos diferentes y para cumplir objetivos disímiles.

Abstract

Reading has experienced profound transformations. Studies show an increase in reading from the internet and the influence of three socio-demographic characteristics: age, educational level and socio-economic level.

In short, the ones who read most are the youngest, the richest and the most educated sectors of society. This is especially true in Latin America, something which only corroborates the presence of inequality in the possession of books, as much as in reading habits. It should also be added, however, that the latter are an expression of diversity: people read different genres, in different formats and for different reasons.

■ GERMÁN REY



cios creativos en el mundo fueron de 237 billones de dólares y en 2005, de 434 billones de dólares. El crecimiento ha sido destacado y sostenido. En el mismo período, la industria de publicaciones y medios impresos pasó de 32 a 44 billones de dólares³. Durante el año 2005, el volumen de las exportaciones de publicaciones en los países desarrollados fue de 36 mil 593 millones de dólares, en los países en desarrollo de 6 mil 567 millones de dólares y en las economías en transición de mil 096 millones de dólares. Para 2006, el valor de las exportaciones mundiales de libros ascendió a 15 mil 401 millones de dólares, con un incremento de 5,1% con relación al 2005 (Cerlalc, 2008). El empleo generado en el subsector editorial en España (2004) fue de 32 mil personas, en Brasil de 18 mil, en México de 10 mil 171 y en Colombia de 5 mil 562 (Cerlalc, 2009).

Las conclusiones que dejan estos primeros datos son evidentes. Por una parte, es muy significativa la importancia que tiene en el mundo la industria editorial y de las publicaciones impresas. Como también lo es la diferencia que existe entre los países desarrollados y los que están en desarrollo, lo que no ocurre en otras industrias creativas como el diseño, las artesanías y los nuevos medios, aunque sí con la industria audiovisual, la música y las artes visuales. Las importaciones, entre tanto, también han crecido. Entre 1996 y 2005, los países desarrollados pasaron de 28 mil 225 millones de dólares a 34 mil 740 millones de dólares en importación de bienes creativos, mientras que en los países en desarrollo, el aumento ha sido de 2 mil 973 millones de dólares a 9 mil 735 millones de dólares. El área más destacada de las importaciones de bienes creativos es el diseño, seguido por las publicaciones impresas. En el listado de los diez mayores exportadores de bienes culturales dentro de las economías desarrolladas, España aparece en el octavo lugar. En la misma jerarquía pero en las economías en desarrollo, solo aparece un país de América Latina y el Caribe: México. Cuando se estudian las listas de los diez países desarrollados con mayores exportaciones de publicaciones y medios impresos, España obtiene el octavo lugar después de Canadá, Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia y Bélgica; en el caso de los países en desarrollo, México está en el quinto lugar, Chile en el noveno y Colombia en el décimo. Es una de las industrias creativas en que aparecen otros países diferentes a Mé-

En el listado de los diez mayores exportadores de bienes culturales dentro de las economías desarrolladas, España aparece en el octavo lugar. En la misma jerarquía pero en las economías en desarrollo, solo aparece un país de América Latina y el Caribe: México

Estas cifras, que pertenecen al informe del 2008 de *Economía creativa* de la Unctad y el PNUD de Naciones Unidas y que se extienden a un campo que abarca los libros y otras clases de publicaciones y medios impresos, se pueden contrastar con otras fuentes recientes más propiamente aplicadas a los libros y a la industria editorial, como *El espacio iberoamericano del libro. 2008* del Cerlalc, la Federación del Gremio de Editores de España (FGEE) y el Grupo Iberoamericano de Editores (GIE) y un reciente estudio del Laboratorio de Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de Argentina titulado *Nosotros y los otros. El comercio exterior de bienes culturales en América del Sur* (2008). En el primero se afirma que durante 2006, se produjeron en Iberoamérica 176 mil 344 nuevos títulos, con un aumento del 5,5% respecto al año anterior. América Latina aumentó 8,2%, mientras que España 1%, de tal manera que en novedades, España representa 36% del total, Brasil 26% y América Latina hispano parlante 38%. La participación de España se redujo, la de Brasil aumentó y América Latina pasó del 35% al 38%. En América Latina, el mayor número de novedades y reediciones, según estimados del 2006 del Cerlalc, lo tuvo Argentina (27,4%), seguido de México (18,6%), Colombia (16,5%), Perú (6,2%) y Venezuela (5,9%). En 2006 se editaron en el continente 99 mil 596 nuevos títulos y se importaron libros por un valor de mil 060 millones de dólares CIF (Cerlalc, 2008). Los autores nacionales ocupan los mayores porcentajes de los títulos registrados en los diferentes países de América La-

tina; en Chile 89,2%, en Colombia 81,4% y en Cuba 95,4%. Estados Unidos y España son los dos países no latinoamericanos con más títulos registrados en Latinoamérica (Cerlalc, 2008). Hay una gran ausencia de autores asiáticos y africanos en los catálogos y una presencia destacada de autores europeos.

En la producción editorial de América Latina existen, como se desprende del estudio del Cerlalc, cuatro grupos de países. En el primero están México, Argentina y Colombia, con industrias gráficas desarrolladas y exportaciones importantes, en el segundo, Chile, Venezuela y Perú con industrias medianas, en el tercero, Costa Rica, Ecuador y Cuba, que se destacan si se considera a sus industrias comparativamente con sus respectivas poblaciones y finalmente en el cuarto grupo, en el que se está incrementando la producción de libros, están El Salvador, Guatemala y Nicaragua. El grado de desarrollo de la industria editorial en un país depende, según los autores de este estudio, de factores como el tamaño de los mercados, la disponibilidad de infraestructura para la producción manufacturera, experticia en el negocio, base autoral nacional, infraestructura de distribución, grado de analfabetismo, ingreso disponible de los ciudadanos, escolaridad, desarrollo de los hábitos lectores, política de fomento de la producción editorial y estabilidad política y económica de los países. La producción se concentra fundamentalmente en las ciudades y el área temática más publicada es la literatura.

En *Nosotros y los otros. El comercio exterior de bienes culturales en América del Sur* (2008), se estima que en los siete países estudiados –Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Perú, Ecuador, Venezuela– hay un balance deficitario entre exportaciones e importaciones de bienes culturales, que asciende a 3 mil 769 millones de dólares. “Respecto a las exportaciones sobresale claramente el caso de Brasil con un total de 2.976,4 millones de dólares. Este monto representa aproximadamente 15 veces el valor total de las exportaciones de Colombia (195,3 millones de dólares) y 18 veces las de Argentina (164,9 millones de dólares), los dos países que le siguen en orden de magnitud”⁴.

Si se toman los tres países con más altas exportaciones se puede observar lo siguiente. Las exportaciones de bienes culturales de Argentina se concentran fundamentalmente en conexos de la industria fonográfica, característicos de la industria editorial de libros (26,9%) y ca-



racterísticos de las industrias audiovisual y fonográfica. En el caso de las exportaciones de Brasil, el rubro fundamental es el de los bienes conexos de las industrias fonográfica y audiovisual, mientras que en Colombia las exportaciones se reparten entre 69% en la industria editorial, 13% de publicaciones periódicas y 8% de bienes característicos de las industrias audiovisual y fonográfica⁵.

En suma, España tiene un papel preponderante en la industria editorial, relevante no solo en el contexto hispano sino también en el mundial. En 2006, 63% de las exportaciones de libros de Iberoamérica correspondió a España que, en 2004, significó 865 millones de dólares: 1,58% del total de las exportaciones del país. Las empresas españolas tienen 162 filiales en el mundo, la mayor parte de ellas en América Latina (132), principalmente en México (30), Argentina (18), Chile (12) y Colombia (11) (Cerlalc, 2009). En 2005, las exportaciones españolas de libros descendieron a 825 millones de dólares y durante 2006, a 783 millones de dólares. En total, 64% de las exportaciones españolas de libros se dirige hacia los países de la Unión Europea, y 27,3% hacia América Latina; las exportaciones latinoamericanas se orientan hacia los países de la propia región (66%). Sin embargo, la circulación de libros de autores latinoamericanos en esta parte del continente es aún muy pobre. Con dificultad se encuentran los libros de escritores bolivianos en las librerías de Bogotá o de ecuatorianos en las de Chile. Solamente los de los consagrados —generalmente literatos— que además son manejados por grupos editoriales transnacionales, la mayor parte de ellos, españoles. Aún es más preocupante la circulación de obras de ciencias sociales y pensamiento crítico, que casi no aparecen en los catálogos de las grandes empresas y que se circunscriben a las ediciones estatales, a las universitarias o a editoriales independientes, que no siempre tienen buenos sistemas de distribución.

Esta situación, comparada con la realidad de otras industrias creativas, tiene una importancia indudable. Hay países latinoamericanos donde la industria editorial posee una infraestructura destacada, como México, Brasil, Colombia y Argentina, mientras que existen otros donde empiezan a conformarse empresas editoriales medianas. Sin embargo, son muchos los países de la región en que la producción es muy baja o prácticamente inexistente.

Las variaciones en la producción y circulación de la industria editorial son menores frente a los cambios radicales que está viviendo la lectura. Porque es en ella en donde se expresan modificaciones que no obedecen solamente al desarrollo de las nuevas tecnologías

La industria del libro tiene retos tan diversos como la expansión y consolidación de las industrias locales, el aumento de su capacidad competitiva, el fortalecimiento de sus editoriales independientes, la conformación de marcos regulativos que estimulen la industria, y el planteamiento de posibilidades y oportunidades en los contextos comerciales interregionales y globales. Todos estos desafíos están unidos a la profundización de la cobertura y la calidad de la educación, planes de lectura creativos que lleguen a la mayoría de la población, interacciones imaginativas con otros productos culturales y una ubicación proactiva en el mundo de las nuevas tecnologías⁶.

Turbulencias y modalidades de la lectura

Las variaciones en la producción y circulación de la industria editorial son menores frente a los cambios radicales que está viviendo la lectura. Porque es en ella en donde se expresan modificaciones que no obedecen solamente al desarrollo de las nuevas tecnologías, las transformaciones de la escuela o los desplazamientos que han sufrido los usos del tiempo y la disposición de las rutinas diarias. Hay una conmoción mucho más telúrica (un adjetivo apreciado por George Steiner) en el mundo de las prácticas de la lectura, que tiene que ver con un reordenamiento profundo de la sociedad. Un reordenamiento social y simbólico que pone a prueba las comprensiones de la subjetividad y el funcionamiento colectivo, trastocando los significados de las identidades y las rela-

ciones sociales. Roger Chartier dice que “si los textos tienen una existencia material, el lector no es una mente desencarnada. El lector realiza una práctica que supone gestos, lugares, objetos, hábitos, y efectivamente estos gestos, hábitos o lugares cambian. Debemos pensar que hay como una encarnación de los textos en formas que los conllevan y hacen circular, y al mismo tiempo que el lector no es un ser abstracto, que es un ser que implica la totalidad de la afectividad o el cuerpo mismo. Y las relaciones del cuerpo con el libro cambian cuando se va del rollo a la antigüedad, o del códice a la pantalla”⁷.

Durante siglos, la lectura estuvo vinculada a la escritura y sobre todo al proyecto ilustrado. Quienes leían eran los que habían tenido el privilegio de la educación que contaba como uno de sus ejes vertebrales a la alfabetización, frente a masas inmensas de iletrados, analfabetas y pobres. La lectura facilitaba el acceso a un conocimiento concentrado y elitista y permitía la familiaridad entre una especie de escogidos que pertenecían a un estrecho círculo, tan restringido como la pirámide de la escolarización. La modernidad y la secularización, el reajuste de la organización social y el impacto de las tecnologías, produjeron rupturas y dislocamientos en la comprensión, modalidades, contextos y prácticas de la lectura.

La comprensión de la lectura como algo *culto* o de gente culta, se ha ido replanteando hacia otras visiones más pragmáticas y realistas. Sin embargo, en el imaginario popular leer es aún una actividad de personas cultas, como se confirma en las respuestas de los entrevistados mexicanos, quienes al preguntárseles para qué sirve la lectura contestaron mayoritariamente que para aprender y después *para ser culto*⁸. La lectura se asoció al trabajo a medida que el mundo laboral se diversificaba y especializaba. Las grandes masas de campesinos o de obreros analfabetos fueron quedando atrás, tanto porque la selección para el trabajo precisaba estándares educativos progresivamente más exigentes, como porque el conocimiento fue convirtiéndose en una de las partes centrales del replanteamiento de los modos de producción y los oficios.

La lectura continuó formando parte de los procesos educativos, aunque con notables variaciones. Hace años, aprender a leer y escribir era el objetivo central de la escuela. Poco a poco, ese propósito fue quedándose corto inclusive para la enseñanza-aprendizaje del leer. La amplitud del conocimiento le exigió a la lectura

otros compromisos y le hizo otras demandas. En América Latina, la escuela fue durante muchos años el lugar para aprender a leer, en el que se dotaba a los estudiantes de las herramientas básicas para subsistir o para involucrarse de inmediato en la producción. La extensión de los grados de escolarización, la complejidad creciente de lo que se debía aprender, la articulación de la escuela con la profesionalización o con la universidad, replanteó las funciones educativas de la lectura. Esta conexión entre lectura y educación sobresa en las estadísticas, en las cifras económicas de la industria editorial y en las propias percepciones de la gente. En la Encuesta Nacional de Lectura de México, la principal modalidad de lectura es la educativa, con 30,8% de los entrevistados que leen este tipo de libros diariamente o varias veces a la semana. Pero el replanteamiento del papel del texto dentro de la escuela, su ardua competencia con otras formas de acceso al conocimiento como el *e-learning* o lo audiovisual, son solo expresiones del reordenamiento simbólico que tiende a modificar a la escuela. Buena parte de la lectura está relacionada con el proceso educativo, aunque existe mucha preocupación porque aquellos que leen por deber en su ciclo educativo, no son después lectores activos y consuetudinarios. Sobre este tema, el sociólogo francés Bernard Lahire tiene una reflexión particularmente interesante: “En la escuela, en Francia, –dice– cuanto más se avanza en los grados, menos se autoriza a los niños o a los adolescentes a identificarse con los personajes, a interesarse en la historia. Se hace una suerte de lectura mecánica. Se hace lingüística estructural, semiología textual. Es como si usted abriera un motor y sacara las piezas para saber cómo funciona. Y los chicos de los medios populares se resisten a eso, no les interesa. Y tienen razón. Hay que armar una relación bastante intelectual con el texto para que esas mecánicas gusten. Lo que hay que tratar de explicarles a los docentes es que en los medios populares no se lee poco, ni sin interés, sino que no se leen las mismas cosas ni de la misma manera con las mismas expectativas de los sectores medios y altos”⁹. A pesar de todas sus limitaciones, la educación sigue siendo una de las instituciones de la sociedad, determinante de la formación de los hábitos lectores. Los que más leen son los que han estado en la escuela y han alcanzado niveles superiores de formación; los maestros, por su parte, continúan siendo figuras claves de la motivación para leer. En México, sola-



(...) desde comienzos del siglo XX, la lectura se encuentra con un paisaje mucho más poblado de entretenimiento, con una configuración más densa del tiempo libre y con una realidad mucho más masiva del disfrute. La lectura se halla inmersa o por lo menos, confrontada, por una industria del entretenimiento múltiple

mente 4,4% de los que no tienen educación leen a diario o varias veces a la semana, un porcentaje que es mucho más alto en secundaria (10,4%) y en la universidad (13%). Esta situación se repite cuando los estudios se hacen en poblaciones pobres, como sucede con el que dirigió Hugo Achúgar en Montevideo. Entre quienes habitualmente no leen (hacen años que no leen o nunca lo hacen) 68% tiene estudios de primaria, 31% secundaria y 1% terciaria. “Existe una diferenciación en el nivel de lectura en los asentamientos asociado al capital cultural. En este sentido en el caso de los asentamientos de Montevideo el estudio confirma que el nivel educativo incide positivamente en los hábitos de lectura”¹⁰. La lectura en la escuela está buscando nuevos rumbos, estableciendo puentes con los nuevos modos de vida de los niños y los jóvenes, así como con esos lenguajes que no son competencia sino complementación y encontrando estrategias que acerquen a la lectura a quienes viven en un ecosistema comunicativo muy rico y variado.

El entretenimiento es uno de los espacios fundamentales de la lectura. Desde siempre, la lectura ha estado conectada con la imaginación y el placer. En la encuesta mexicana es bien clara esta asimilación de lectura y diversión. Sin embargo, desde comienzos del siglo XX, la lectura se encuentra con un paisaje mucho más poblado de entretenimiento, con una configuración más densa del tiempo libre

y con una realidad mucho más masiva del disfrute. La lectura se halla inmersa o por lo menos, confrontada, por una industria del entretenimiento múltiple, global, diversificada y con una enorme capacidad de distribución y acceso. Una industria que por una parte, relaciona a la lectura con otros bienes culturales como la televisión, el cine o los videojuegos. Grandes fenómenos editoriales como *Harry Potter* o *Crepúsculo*, se entienden si se les analiza de manera convergente con sus películas, música y artefactos digitales. *Harry Potter*, por ejemplo, es considerado por los lectores brasileños como el cuarto libro que más ha influenciado en sus vidas. Lo que se lee se ve en las pantallas de cine o en los aparatos de televisión, se personifica en los videojuegos o se conecta con la música. Esta nueva realidad ha sido reiteradamente analizada por pensadores como Chartier, Steiner o Lahire, ya sea como una configuración de los nuevos modos de lectura o como una de las garantías de supervivencia de la lectura en un mundo simbólico más abigarrado y en cierto modo barroco.

Al observar las estadísticas culturales se confirma que el entretenimiento sigue impulsando las preferencias de los lectores. En México, después de los textos escolares, se lee historia y novela. En Colombia literatura, en Uruguay novelas y cuentos, en Argentina ensayo, novelas históricas, cuentos y biografías. En Brasil el primer puesto de lectura es para la Biblia (45%), después los libros didácticos (34%), las novelas (32%), la literatura infantil (31%) y la poesía (28%). Las mujeres brasileñas leen más que los hombres en todos los géneros menos en historia, política y ciencias sociales.

En el análisis que hice de la Encuesta de consumo de libros y hábitos de lectura en Colombia (2006), sostuve, a partir de los datos obtenidos, que la lectura en Internet tiene por lo menos seis modalidades de expresión: la lectura educativa, la laboral, la de entretenimiento, la de encuentro (chat, facebook), la de actualización y la de diarios y revistas en la red. Pero también insinué que el crecimiento vertiginoso de la lectura en Internet tiene, entre sus varias explicaciones, la rapidez con que entendió las conexiones entre productos culturales, tecnologías, entretenimiento y lectura. En Brasil, cerca de 70 millones de personas opinan que la lectura es una fuente de conocimiento para la vida (42%), una fuente de actualización profesional (17%) y una fuente de conocimiento para la escuela (10%).



Hay una modalidad de lectura que analiza Lahire (2006) cuando observa lo que sucede con la lectura en los sectores populares, tan frecuentemente señalados como no lectores. Es la lectura de gestos, la lectura para la acción, diferente a la lectura interpretativa. “He trabajado haciendo encuestas con familias y adolescentes –dice– para saber qué leían y cómo leían. Y es cierto que una de las características de los modos populares de apropiación de los textos es anclarlos en realidades prácticas. Estadísticamente en Francia hay personas que poseen muy pocos libros. Cuánto más se va a los medios populares, vemos que se lee menos, pero no poco, insisto. Sin libros prácticos para hombres y mujeres: revistas para hacer fisicoculturismo o libros de tejido, recetas de cocina, manualidades de todo tipo. Son textos que no están hechos para ser interpretados sino para ser convertidos en gesto. La escuela olvidó que una parte de los textos –que están presentes en el medio popular– están ligados a gestos, a acciones. Son instrucciones de uso en definitiva”¹¹.

Cambios y desplazamientos de la lectura

Desde hace más de una década se han empezado a realizar en Iberoamérica estudios sistemáticos de las prácticas de lectura desde la perspectiva de las políticas culturales. Son estudios cuantitativos, generalmente de cobertura nacional, con muestras importantes y diversificadas y que forman parte de las estadísticas nacionales de cultura. Sus propósitos son conocer, de una manera mucho más precisa, lo que está ocurriendo con el consumo de libros, la evolución de los comportamientos lectores, el uso de las bibliotecas y la integración de la lectura con otras prácticas culturales y del tiempo libre y contribuir a definir políticas públicas de cultura en el campo de los libros y la lectura. En algunos países como México, Colombia, Brasil, República Dominicana o Perú entre otros, se han aplicado encuestas específicas de lectura e inclusive, en los casos de Colombia, Brasil y España, ya se han podido llevar a cabo unos primeros análisis diacrónicos, tras dos aplicaciones de un mismo instrumento a la misma población. Este análisis ha mostrado tendencias, fenómenos que aparecen, constancias poblacionales, temas nuevos que sobresalen y desplazamientos en las prácticas de lectura. Algunos ejemplos pueden ilustrar estos movi-

(...) la cultura culta le hace sus propias exigencias a la lectura recordándole su pertenencia tradicional al universo de lo ilustrado. Ceder a lo masivo sería una dolorosa frivolidad. Pero retornar a la ilustración podría considerarse como una renuncia a involucrarse en el universo simbólico de los más jóvenes.

mientos de la lectura: el crecimiento vertiginoso de la lectura de Internet, el descenso de la lectura de libros, el leve traslado en Bogotá, de la lectura por deber a la lectura por placer. La encuesta de lectura de México, busca responder a seis preguntas, claramente enunciadas por sus promotores: ¿Qué, cuánto y cuándo se lee?, ¿porqué y dónde se lee?, ¿cómo se consiguen los materiales de lectura?, ¿cómo se valora la lectura? y ¿cómo se forman los lectores? En la primera aplicación en Colombia del Módulo de la lectura dentro de la encuesta continua de hogares, se señalan los temas que aborda el estudio: el comportamiento de los lectores habituales y los medios en los que normalmente leen, la frecuencia, volumen y origen de los libros leídos por los lectores habituales, sus motivaciones para leer, el tiempo que le dedican a la lectura, la disponibilidad de libros en las bibliotecas de los hogares, la asistencia y préstamo de libros en las bibliotecas públicas, la frecuencia, volumen y gasto por la compra de libros y sus motivaciones y limitaciones.

Otras recientes fuentes iberoamericanas para el análisis de lo que sucede en el mundo de los libros y la lectura, son los estudios cuantitativos y cualitativos de consumo cultural. La lectura ocupa en ellos por lo menos un capítulo, como sucede en la *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España* (2006-2007) promovida por el Ministerio de Cultura y la Fundación Autor, en *Imaginario y consumo cultural. Primer Informe nacional sobre consumo y comportamiento cultural*, de Uruguay, dirigido por Hugo Achúgar o en

El consumo cultural en Chile, estudio del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile.

Existe una diversidad de lecturas, tanto dentro de su forma tradicional, como en su intercambio con otras formas de leer. Más que una expulsión entre las lecturas, lo que parece estar ocurriendo es una complementación de las lecturas. Las lecturas obedecen a diferentes ubicaciones culturales, lenguajes y soportes. Por ejemplo, la lectura en el soporte físico (el libro) difiere de la lectura en el soporte electrónico (Internet). Como señala Roger Chartier, la segunda sería una lectura fragmentada, que extrae fragmentos y los compone de manera efímera y singular en la pantalla, gracias al hipertexto, y que tiene la dificultad de contextualizar el fragmento dentro de la totalidad. Con el libro, se impone la percepción de la obra y se tiene una relación corporal. Chartier, también diferencia, de manera pertinente, entre la consulta y la lectura.

Lo digital mantiene en la sociedad la presencia de lo escrito. Si bien el lenguaje digital combina la imagen con los sonidos y los datos, persiste el protagonismo de lo escrito y por tanto de la lectura. Los *links*, son una expresión de las asociaciones que provoca la lectura de un libro, aunque su proporción haya ganado en número y en ayudas visuales y sonoras.

La lectura se inscribe, entonces, en una especie de geología de las prácticas culturales y de su apropiación/consumo. En mi libro *Las tramas de la cultura* (2008), hice un análisis comparativo del consumo cultural en varios países de Iberoamérica y encontré una especie de estructura geológica en las prácticas culturales. En primer lugar, está el consumo de televisión, de radio y el disfrute de las músicas. En segundo lugar, está la lectura, interpelada por la mediatización de la cultura y por su pertenencia a la cultura culta. Y en tercer lugar, está el consumo de las denominadas expresiones de la cultura culta: la asistencia a teatro, a exposiciones de arte, a conciertos de música clásica e inclusive al cine. En el contexto general del consumo cultural la lectura sufre una doble demanda. Por una parte, de la cultura masiva que presiona fuertemente desde su impacto en los niños y los jóvenes, cambiando las referencias tradicionales de la lectura y dándole nuevas oportunidades de existencia. Pero por otra, la cultura culta le hace sus propias exigencias a la lectura recordándole su pertenencia tradicional al universo de lo ilustrado. Ceder a lo masivo sería una dolorosa frivolidad.



Pero retornar a la ilustración podría considerarse como una renuncia a involucrarse en el universo simbólico de los más jóvenes. Este es tan solo uno de los dilemas contemporáneos de la lectura. En el estudio de consumo cultural en Colombia (2008)¹² se observa –como ya se constató en las encuestas de hábitos de lectura de 2000 y de 2005– una caída aparatosa de la lectura de libros, un crecimiento espectacular de la lectura en Internet y una estabilización de la lectura de periódicos y revistas.

Colombia pasó de un promedio de 1,6 libros leídos al año, a 2,0, frente a 2,9 de México, 4,5 de Brasil o al mucho más alto de 8 libros por año, de los españoles, que a su vez es bajo comparativamente con otros países europeos. En Brasil, 48% de los entrevistados no leyó ningún libro en los últimos tres meses, una cifra que desciende levemente a 45% cuando el rango temporal de lectura es de un año.

La lectura de periódicos y revistas apenas se ha movido, aunque existe un fenómeno interesante: parte de este tipo de lectura se ha desplazado hacia Internet. En Brasil se leen más revistas (52%), que libros (50%), periódicos (48%) y libros indicados por la escuela (34%).

Entretanto, la lectura en Internet se duplicó en Colombia entre el 2000 y el 2005 (pasó de 5% a 11%) y se triplicó en Bogotá (pasó de 6 a 17%). En la encuesta de consumo cultural (2008), 50,34% de los niños colombianos, entre cinco y once años, usaron videojuegos en el último año. Los jóvenes son los grandes consumidores culturales y, a la vez, los creadores-usuarios de las relaciones entre lenguajes y medios. La lectura, cognitiva y emocionalmente, es hoy una práctica de la convergencia cultural. El futuro de la lectura, vinculada con el aprendizaje de los jóvenes, debe entonces establecer relaciones creativas entre la lectura de libros, la lectura en Internet y las otras prácticas culturales, especialmente el cine, la televisión, la radio, las artes visuales y las músicas.

Es posible constatar una serie de movimientos, de desplazamientos, combinaciones y recreaciones, que hay que saber interpretar, entre la lectura tradicional y las lecturas nuevas o lecturas emergentes. Entre estos movimientos están la inmovilización de ciertas lecturas, la transición –así sea leve– entre lectura por deber y lectura por placer (en Brasil, los encuestados indican que el placer, el gusto o la necesidad espontánea es la primera motivación para leer un libro por encima de la actua-

El lugar común suele repetir que Internet es un enemigo de la lectura. Semejante afirmación no se confirma en los datos de la encuesta colombiana. Los que leen más en Internet son también los que leen más libros, los que más asisten a bibliotecas y los que tienen más libros en su casa.

lización y la lectura escolar), la jerarquía de los propósitos de la lectura, las transformaciones de las escrituras (correo electrónico), los desplazamientos de la lectura hacia los soportes electrónicos (información), y los sistemas electrónicos de búsqueda de información. Un signo importante que han mostrado, así sea levemente, los estudios colombianos sobre lectura, es el movimiento de la lectura por deber, que significa un desanclaje de la lectura vinculada a la obligación educativa y un crecimiento de la lectura como una opción, como una afirmación de la autonomía y la libre selección.

Como lo planteé en otro trabajo, la lectura en Colombia está marcada por la diversidad, como también por la desigualdad¹³. Por la diversidad, puesto que hay una cierta amplitud de géneros, de espacios y de motivos de la lectura; por la desigualdad, puesto que los ricos leen más que los pobres, las mujeres más que los hombres, los más educados más que los menos educados, la gente de la ciudad más que las personas del campo.

La lectura como experiencia de diversidad

Los estudios nacionales de lectura muestran su gran diversidad, lo que significa la coexistencia de diferentes modalidades de lecturas, con múltiples propósitos y contextos, en contraste y sobre todo en complementariedad¹⁴. Está, por ejemplo, la lectura de los jóvenes frente a la lectura de los adultos, la de las mujeres frente a la de los hombres. La de los jóvenes, que leen más de lo que habitualmente se supone, es una

lectura marcada por el deber y las exigencias escolares, es abierta a las nuevas tecnologías y muy vinculada con el cine, la música y la televisión. Los adultos, a diferencia de los jóvenes, se interesan por la lectura de periódicos, los libros de auto superación y a medida que aumenta la edad, los libros religiosos. En México, los niveles más altos de lectura están entre los 18 y los 22 años, mientras que después de los 55 años se encuentran porcentajes muy bajos. Este último grupo de edad considero a la Biblia como su libro preferido, mientras que entre 12 y 17 años, el libro más valorado fue Harry Potter.

La lectura también es un asunto de género. Las mujeres leen más que los hombres y tienen a su favor una cualidad extraordinaria: los niños estiman que su madre es la persona más adecuada para leerles en voz alta y la primera promotora del hábito de leer. La mujer, además de lectora es fundamental en la reproducción social de la lectura. Esta confirmación es bien clara tanto en la encuesta de Colombia, como en la de Brasil. En Brasil, 82% de los no lectores no tuvieron en su infancia relación con los libros, mientras que en los considerados lectores este índice cae al 48%; Además, 55% de los lectores brasileños son mujeres. En España es mayor el porcentaje de lectoras que el de lectores y en México la diferencia es casi inexistente. En Uruguay, 34% de las mujeres lee varios libros al año, mientras que solo lo hace 25% de los hombres. En Colombia las mujeres leen más libros (53,1%) que los hombres (43,5%) y en Argentina, 50,4% de las mujeres lee ante 42,4% de los hombres¹⁵.

Pero la diversidad de las lecturas es aún mayor y más rica. Se leen libros y revistas, periódicos y textos escolares, como también manuales, historietas, cómics y folletos. Se lee sobre soporte físico y cada vez más sobre soporte digital. Y al hacerlo se entremezclan, de una manera creativa, el texto escrito con el video, la imagen fotográfica con las infografías y los sonidos. En México, 56,4% de los entrevistados confirmó que leen libros, 42% que leen periódicos, 39% revistas y 12,2% historietas.

El lugar común suele repetir que Internet es un enemigo de la lectura. Semejante afirmación no se confirma en los datos de la encuesta colombiana. Los que leen más en Internet son también los que leen más libros, los que más asisten a bibliotecas y los que tienen más libros en su casa. Las lecturas diversas son más complementarias que enemigas entre sí.



Entretanto, hay otras lecturas o que no se mueven o que se están desplazando hacia otros lugares. Sucede con la lectura de periódicos y revistas que en Colombia, en los mismos cinco años, apenas ha crecido un punto. Muchos lectores, por su parte, están migrando de las páginas de estos medios a sus sitios virtuales. Según señala *Digital Life* (2006), en el mundo los menores de 18 años le dedican a los medios digitales una media de catorce horas semanales, a la televisión doce, a la radio seis y a los periódicos, revistas y cine, dos horas a la semana. Por primera vez los medios digitales superaron a la televisión.

La diversidad de las lecturas es aún más amplia y profunda. Además de las diferencias de edades, género y soporte técnico, hay otros signos importantes: también son diversos los objetivos, modos, géneros y lugares de la lectura.

En la lectura de libros, el propósito que sobresale es el instruccional. Se lee, especialmente en ciertas edades, para responder a una obligación. Los modos de leer, de los cuales solo ofrecen algunos indicios las encuestas, están relacionados con la historia previa, los contextos culturales y sociales en los que habitan los lectores, la experiencia de la vida urbana o rural en la que despliegan su existencia cotidiana, el entrecruce con otras lecturas que provienen a su vez de otros lenguajes y enciclopedias, como el audiovisual o el virtual.

Otros rasgos de la diversidad de las lecturas son los géneros y los lugares del leer. En Colombia, las obras literarias son las más leídas (35,1%) seguidas por los textos de estudio (24%), los libros científicos (12%) y los libros de autoayuda (11,2%), que a su vez, se diferencian por ciudades. En Cali, por ejemplo, se leen más libros esotéricos, en Medellín más libros de autoayuda y en Cartagena más libros religiosos. Un dato muy interesante es que quienes leen obras literarias lo hacen motivados por el gusto (38,1% de los lectores colombianos), aunque es evidente que la escuela es un lugar muy significativo de la lectura literaria, casi siempre unida con el deber escolar. En México, después de los textos escolares, se leen libros de historia (22,2%), novela (18,7%) y superación personal (19,7%).

La lectura es también topológicamente diversa. Se leen libros y se consulta Internet en la casa, pero también se navega en el trabajo, la escuela y los cibercafés. La casa se ha convertido en uno de los espacios fundamentales del consumo cultural

Y aunque cuando se habla de desigualdad se traen a cuento las estadísticas económicas, la verdad es que las inequidades se viven también en la política, en la vida social y en la cultura. La lectura, por tanto, no podía ser un territorio alejado de las desigualdades

debido a la convergencia intermedial, pero también a la inseguridad y a la pérdida de significado de lo público. La escuela, entretanto, mantiene su liderazgo como lugar de socialización en la vida pública y foro de recreación cultural.

La lectura como experiencia de desigualdad

Una segunda realidad que se percibe en la situación de la lectura en Iberoamérica, es la experiencia de la desigualdad. Y aunque cuando se habla de desigualdad se traen a cuento las estadísticas económicas, la verdad es que las inequidades se viven también en la política, en la vida social y en la cultura. La lectura, por tanto, no podía ser un territorio alejado de las desigualdades. Es más, en ella se manifiestan algunos rasgos de inequidad que alejan las posibilidades de los más pobres para acceder y disfrutar de los conocimientos, la crítica y la imaginación. En Brasil, 19% de los libros está en manos del 1% de la población del país, 49% en manos del 10% y 66% de los libros está en las manos del 20% del país. Además, 8% de la población no tiene ningún libro en su casa. Los estudios de consumo cultural en Colombia como en otros países latinoamericanos, han mostrado que el acceso a los libros y la lectura es desigual. En primer lugar, hay una brecha casi insalvable entre el campo y las ciudades, ya sea en promedios de lectura como en tenencia y compra de libros (22,15% de los hogares colombianos no compró libros en los últimos doce meses), incluyendo los textos escolares. Por su parte, 59,8% de

los mexicanos no va a librerías ninguna vez al mes y 54,3% no compró ningún libro en el último mes. En el caso de los españoles, 34% ha comprado libros en un trimestre. En cuanto a los brasileños, 73% (126 millones) no frecuenta las bibliotecas y 17% las usa ocasionalmente.

La lectura también expresa las desigualdades entre ricos y pobres y entre los que poseen mayores niveles educativos y los que tienen menos educación. En Brasil, el perfil de los que declaran que les gusta leer en su tiempo libre es el de personas que tienen educación superior (79%) y poseen una renta familiar por encima de los diez salarios mínimos (76%). Los no lectores brasileños están en la base de la pirámide social; por lo menos 56% de los no lectores de Brasil, ganan menos de dos salarios mínimos. Aunque el estrato que predomina entre los lectores colombianos es el 3, hay una mayor propensión a la lectura en las personas del estrato 6 (el de mayores ingresos económicos); esa constatación es similar para México. Solo 37% de los entrevistados, que pertenecen a un nivel socioeconómico muy bajo, ha leído libros, mientras que sí lo ha hecho 79,2% del nivel socioeconómico medio. En Argentina, lee 69,8% de las personas de nivel socioeconómico más alto, mientras que solo lo hace 38,2% de quienes pertenecen al nivel más bajo.

La lectura, así mismo, está relacionada con la educación. Cuanto más se asciende en la escala educativa más se lee por motivación propia y por gusto, lo que nos indica que algunos rasgos de calidad de la lectura están asociados al mayor nivel educativo. En España también se confirma la regla. A medida que crece el nivel educativo, aumenta la compra de libros; en Brasil, 40% de los lectores son estudiantes que leen libros indicados por su escuela.

En Colombia, los que tienen más educación y ganan más, son también los que leen más por Internet. Los que tienen más libros escolares, leen menos en Internet, probablemente porque el primer propósito de esa lectura es encontrar información para el desempeño escolar. En México, conforme se aumenta el nivel socioeconómico, “crece también la compra de libros como principal vía de acceso, hasta alcanzar 66,5% de las respuestas para los entrevistados de niveles socioeconómicos alto y medio alto”¹⁶. En Brasil 33% de los no lectores son analfabetos y en los adultos se encuentran los grupos más altos de no lectores: entre 30 y 39 años hay 15%, entre 50 y 59 hay 13% y entre 60 y 69

años, 11%¹⁷. Así mismo, solo 1% de los no lectores, está concentrado en quienes tienen ingresos de más de diez salarios mínimos. “El poder adquisitivo es significativo para la constitución de lectores asiduos”, escribe María Antonieta Da Cunha en su análisis de los datos brasileños de lectura¹⁸.

Las nuevas tecnologías son uno de los campos en que se libran más duramente las desigualdades. A pesar de los esfuerzos de conectividad y de ampliación del acceso de los sectores más pobres a Internet, las desigualdades siguen siendo muy profundas. La lectura en Internet crece a medida que se aumentan el estrato socioeconómico y el nivel educativo y la lectura tiende a concentrarse, como la riqueza. Los que más leyeron libros en los últimos doce meses, los que tienen más libros en su casa y los que asistieron más a bibliotecas son también los que más leyeron en Internet.

Finalmente, la desigualdad tiende a aumentarse en lo que se refiere a tenencia de libros. La brecha entre los que más tienen libros y los que menos tienen se acrecentó en Bogotá, con un agravante: los que tienen más libros tienden a leer más.

Las nuevas tecnologías y los nuevos modos de leer

El fenómeno más importante que ha ocurrido en la lectura en Colombia en los últimos diez años es el aumento de la lectura en Internet¹⁹. No se trata simplemente de un incremento de la conectividad, sino de un fenómeno cultural. Las personas con solo primaria leen en Internet para recrearse, las personas con educación superior, para consultar blogs. Los que tienen más libros, usan más Internet para *chat* y correo electrónico; los que no tienen libros, para buscar información para el trabajo. Los que dedican más horas a Internet, lo hacen para tener información sobre el trabajo y leer blogs. Los que dedican menos horas, lo hacen para recrearse y escribir correos.

La lectura en Internet crece a medida que se asciende en la escala social; los hombres leen un poco más en Internet que las mujeres y los que tienen más dinero y más educación, leen más en Internet. Son los más jóvenes los que leen más en Internet. Conforman 45% de la población total de lectores de Internet y le dedican 2,56 horas de lunes a viernes y 1,16 los fines de semana. Los que más leyeron libros son los que le dedican más horas a la lectura en Internet de lunes a viernes (2,58

horas). Los que más compraron libros en los últimos doce meses, le dedicaron más horas a Internet.

El promedio nacional de horas de lectura en Internet de lunes a viernes es de 2,44 horas. Medellín tiene el promedio más alto de horas de lectura en Internet (4,49 horas), un dato explicado por el alto grado de conectividad de la ciudad. El mayor promedio de lectura en Internet el fin de semana es el de Cartagena. De 18 a 24 años, el promedio de horas de lectura en Internet es mayor que el de las otras edades. Los que tienen más libros escolares leen menos en Internet. En Brasil, 30% de los lectores (cerca de 29 millones de personas) le dedica 2 horas y 24 minutos a la lectura en Internet.

Este panorama de la lectura en Internet está mostrando su importancia, la ocupación de tiempos y rutinas que antes pertenecían a la lectura de libros y la amplia gama de objetivos de la lectura. Pero aún sabemos poco de las relaciones de los navegantes con los textos, los significados de sus operaciones y de la realidad de los mapas cognitivos y emocionales que componen sus nuevas lecturas.

GERMÁN REY

Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia con estudios de doctorado en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid. Investigador de la Comunicación Social y Cultura.

Notas

- 1 Es muy interesante el panorama que sobre las transformaciones del mundo del libro ofrecen Richard Uribe y Robert Max Steenkist en “El futuro del sector editorial en América Latina” publicado en *Libro al día*. Cerlalc, Bogotá. Número 6. Enero de 2009.
- 2 Estos datos iniciales se encuentran en “Creative economy. Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making”. Nueva York: UNDP, Unctad, Naciones Unidas, 2008.
- 3 La categoría de publicaciones utilizada en el informe de *Economía Creativa de 2008* del PNUD y la Unctad comprende libros, pero también periódicos, revistas y otros materiales impresos.
- 4 “Nosotros y los otros. El comercio exterior de bienes culturales en América del Sur”. Buenos Aires: Laboratorio de Industrias culturales, Secretaría de Cultura de la Nación, 2008, página 22.
- 5 Cfr. La contribución económica de las industrias del derecho de autor y los derechos

conexos en Colombia, Organización Mundial de la propiedad intelectual y Oficina Nacional de derecho de autor, Bogotá, 2008.

- 6 Sobre el futuro del libro se recomienda el artículo “El futuro del sector editorial en América Latina” de Richard Uribe y Robert Max Steenkist. En: *Libro al día*, Cerlalc, Bogotá. Número 6. Enero de 2009.
- 7 Roger Chartier, “El lector proyecta su presencia dentro del texto de ficción”. Buenos Aires: *Clarín*. 14, Mayo de 2006.
- 8 *Encuesta Nacional de Lectura*, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2006, página 83.
- 9 Bernard Lahire, “En los sectores populares no se lee poco ni sin interés”. Buenos Aires: *Clarín*, 30 de julio de 2006.
- 10 *Cultura en situación de pobreza. Imaginarios y consumo cultural en asentamientos precarios de Montevideo*. Hugo Achúgar, Rosario Radakovich, Sandra Rapetti y Susana Dominzaín, Montevideo: Observatorio Universitario de Políticas públicas, agosto de 2006, página 12.
- 11 Bernard Lahire, “En los sectores populares no se lee poco ni sin interés”. Buenos Aires: *Clarín*, 2006.
- 12 El DANE y el Ministerio de Cultura de Colombia han incorporado el consumo cultural dentro de los temas medidos por el primero que es la institución estatal encargada de las estadísticas nacionales.
- 13 Germán Rey, *Las tramas de la cultura*, Bogotá: Convenio Andrés Bello y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, 2008.
- 14 Germán Rey, “La diversidad de las lecturas” En: *Consumo de libros y hábitos de lectura en Colombia*, Bogotá: Ministerio de Cultura, DANE, Fundalectura, Cerlalc, Cámara Colombiana del Libro, 2001, páginas 39 a 61.
- 15) Para los datos de Argentina se ha consultado el *Sistema nacional de consumos culturales*, de Agosto de 2005, investigación realizada por la Secretaría de Medios de Comunicación de la Presidencia de la Nación y dirigida por Luis Alberto Quevedo, Roberto Bacman y Lelio Mármora.
- 16 *Encuesta Nacional de Lectura*. México: Conaculta, 2006, página 56.
- 17 Los datos de lectura del Brasil han sido tomados de *Retratos do leitor no Brasil*. Sao Paulo: Instituto Pro-livro, 2008.
- 18 *Acceso a la lectura en el Brasil: consideraciones a partir de la investigación* (original en portugués), página 13.
- 19 En: *Consumo de libros y hábitos de lectura en Colombia*, Bogotá: Ministerio de Cultura, DANE, Fundalectura, Cerlalc, Cámara Colombiana del libro, 2006.



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

Las nuevas televisiones

Personalización e individualización

En este estudio se señalan las nuevas formas de consumo audiovisual y se analizan los problemas que plantea la migración digital. También se describen las fases de la televisión hasta llegar a su personalización o egocasting. Pero la televisión en Internet conlleva un debate sobre la neutralidad de la red y otras innovaciones de gran trascendencia social y económica.

Abstract

This study identifies new forms of audiovisual consumption and discusses the problems of digital migration. It also describes the phases of television to reach customization or egocasting. But TV on the Internet involves a debate on net neutrality and other innovations of great social and economic importance.

■ **JOSÉ M^a ÁLVAREZ
MONZONCILLO**

1. Las fases de la televisión

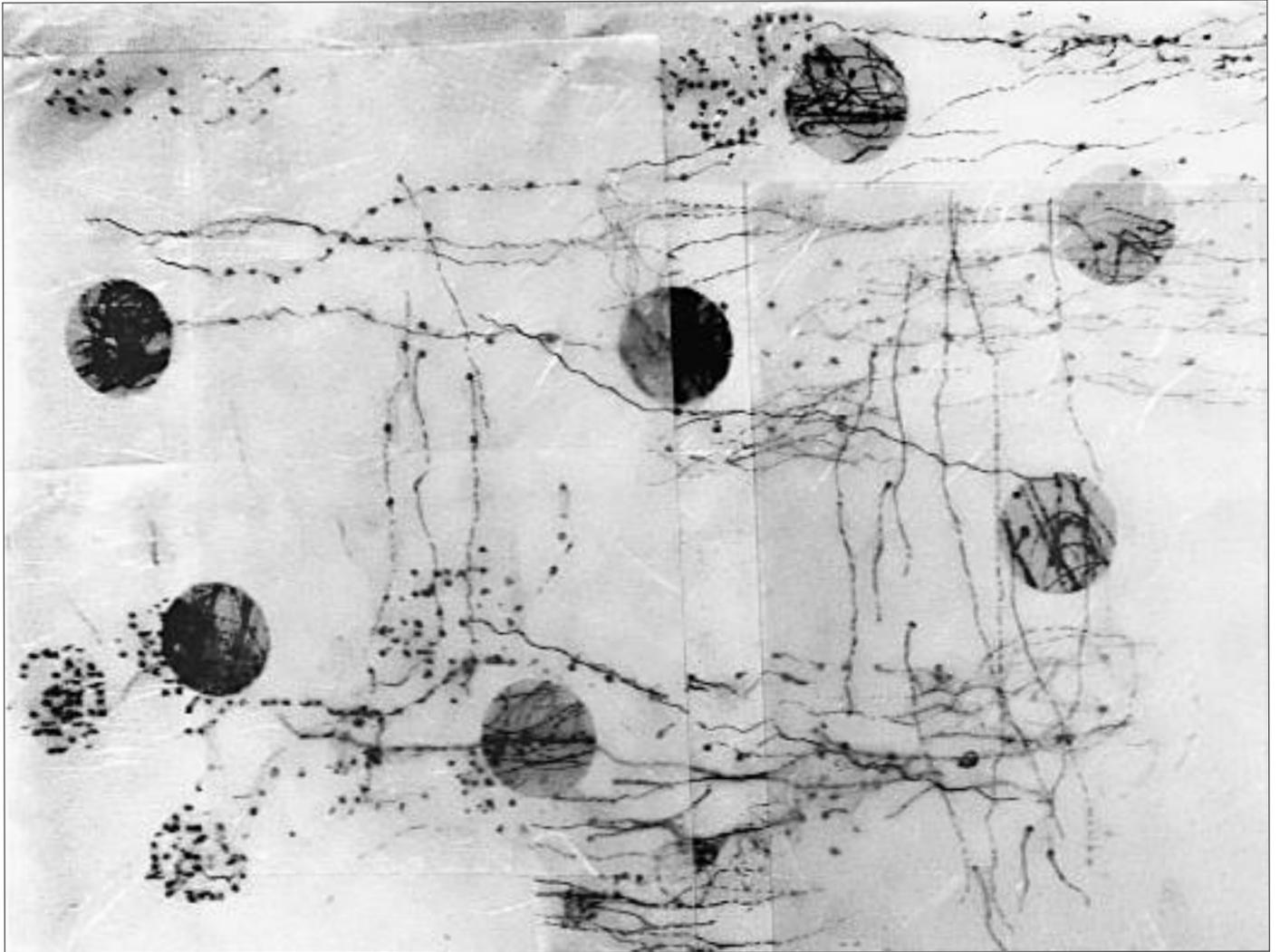
Las transformaciones del negocio audiovisual en los últimos años han sido realmente drásticas debido principalmente a los cambios sociales y a la innovación que ha supuesto la irrupción de la tecnología digital. En el apartado anterior (*) hemos visto cómo la ruptura de la cadena de valor tradicional ha supuesto cambios en la industria audiovisual, de manera que la distribución ha ido perdiendo peso en el conjunto del negocio, inclinándose progresivamente la balanza hacia la producción y hacia los consumidores. Los contenidos y la innovación social del usuario final configuran cómo será la nueva cadena de valor emergente.

También hemos visto que los cambios sociales han sido determinantes, de manera que la sociedad que vio nacer la televisión, o mejor dicho, la sociedad que se hizo con la televisión ha saltado por los aires. Y que la nueva televisión que está surgiendo, la televisión personal, se corresponde con una nueva sociedad. Puede que Internet sea incluso más trascendente de lo que fue la televisión de masas en el siglo pasado. Pero la televisión ha cambiado de tal modo que hoy es imposible referirnos a ella como una red de difusión que se dirige con unos programas a una audiencia interclasista e indiferenciada. En la actualidad, se puede acceder al ocio audiovisual de muchas formas y en diferentes y múltiples pantallas. De tal manera que es pertinente preguntarse si la nueva televisión es televisión, y cuáles son las tendencias que permiten hablar de cambio social. Tal es el calado de esas preguntas que debemos cuestionarnos si ahora en

Internet se ven programas o se ve Internet, al igual que pasó con la televisión analógica, que llegó a ser tan trascendental, que se veía televisión y no programas.

Con la llegada de la televisión por Internet, esta ha entrado “en la tercera fase de evolución... cada fase se corresponde con diferentes arquitecturas del medio, con su correspondiente distribución de roles entre los proveedores de contenido y consumidores, dando como resultado una única estructura de control” (Bar y Taplin, 2007). La última fase tiene algo de descontrol, pues la difusión ha trascendido barreras geográficas y lingüísticas y ha superado la regulación de la televisión en todos los países. Las empresas de televisión están en una situación de adaptación ante un nuevo modelo no definido que se construye día a día. La arquitectura de la red no tiene un centro nodal y permite el intercambio de archivos entre todos los puntos de la red. Es abierta, y no se adapta bien a los intentos de construir *jardines vallados* para poder regular el acceso a los contenidos.

La televisión clásica suponía proveer de varios canales a una audiencia, regulados políticamente como si fuera un monopolio (control de las licencias). Básicamente cumplía con las funciones de informar, formar y entretener. Tenía unas audiencias nacionales dispersas en sus hogares. Esas televisiones vendían tiempo a los anunciantes. La televisión de masas se correspondía con la cultura y mercado de masas. Existía un consenso social sobre sus funciones y sobre su regulación. La televisión creaba identidad y capital social de forma armónica. Eso no ha cambiado ahora, pero está cuestionado por Internet. Las nuevas generaciones están mi-



GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).

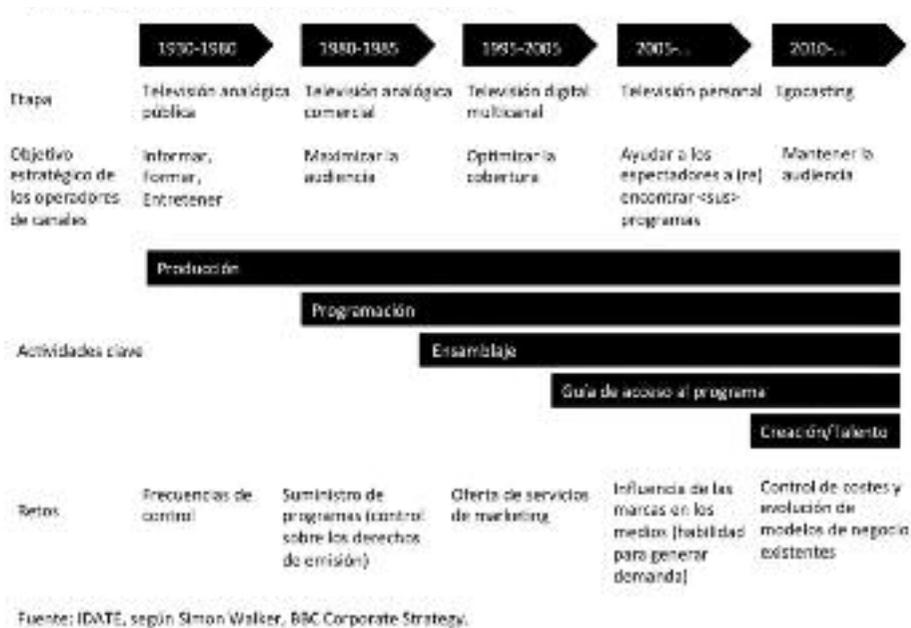
grado de la televisión a Internet, aunque los programas o los contenidos de los medios convencionales siguen siendo los mismos que los que circulan por la red, salvando pequeñas diferencias. Los *millennials* se están forjando con Internet, mientras que los *hippies* crecieron con la televisión. Mientras se produce esa migración, las empresas intentan llevar la red a la televisión para satisfacer la demanda de interactividad y de participación de los nuevos telespectadores.

La tecnología actual permite acceder a los canales de forma limitada, la regulación se ha colapsado y las audiencias se han dispersado, por lo que se puede hablar del *fin de la televisión* (Katz, 2009). Es también la televisión del *anyone, anywhere, anytime*, lo que implica una nueva dictadura del espectador, unos contenidos (*cross media*) que cruzan muchos dispositivos y una conexión permanente (*always on*). La transformación es tan radical que ha generado utopías ingenuas a propósito de cómo será la televisión del futuro, que defienden la idea de que un día reinará el *tag* y morirá la programación. Pero es posible también que no suceda nada tan radical e Internet acabe siendo una pantalla más de consumo devorada por las empresas y sumergida en un mar de publicidad descontrolada llena de libelos y de programas de baja calidad. Un nuevo *drugstore cultural* de *remix culture*.

En la figura 1 puede verse gráficamente esa evolución desde la televisión analógica hasta el sistema comercial de los años ochenta, y la convivencia con multitud de canales propia de la era de la abundancia, cuando se desregularon los mercados. Estos fueron cambios importantes que provocaron una adaptación de los operadores y de las audiencias, pero principalmente supusieron una primera fase de fragmentación de las audiencias y segmentación de los mercados publicitarios. Los operadores se adaptaron a las nuevas condiciones de mercado, mientras las audiencias tenían, aparentemente, más donde elegir. Era la época del *mucho más de lo mismo*.

Pero el salto que ha supuesto Internet implica un cambio más cualitativo, con la llegada de la televisión personal y el *ego-casting*. Esta es la fase en la que nos encontramos, y *casi* todas las incógnitas están sin despejar al día de hoy. La convergencia es un proceso social, cultural, económico, tecnológico, etcétera, que todavía está abierto. Los usuarios tienen un poder importante para definir cómo se va a producir y en qué términos. En esta fase, se supone que los telespectadores saben lo que quie-

FIGURA 1. FASES DE LA INDUSTRIA DE TELEVISIÓN



ren, mientras que en otras, la televisión ayudaba a los espectadores a decidir qué ver o qué era conveniente para ellos.

La posible unión de creadores y consumidores, la dificultad de edificar los *jardines vallados*, la generalización del P2P, la hipersegmentación de las audiencias, el fin de la audiencia interclasista y homogénea, la aparición de nuevas *brechas digitales*, la participación de los telespectadores en la creación y en la programación, la falta de *monetización* de la red, etcétera, son temas de gran calado y trascendencia que irán, poco a poco, definiéndose con más claridad. Estamos ante una nueva democratización del catálogo audiovisual universal, pero también ante un nuevo proceso no exento de nuevas amenazas y riesgos. En la red está el futuro, pero el dinero para construirlo no parece llegar.

En esta nueva fase las empresas no encuentran modelos de negocio, y el vínculo social que creaba la televisión se sustituye por un aislamiento social sin precedentes, aunque paradójicamente, en una permanente conexión a la red. Este *always on* presenta nuevas formas de relación social que rompen ese aislamiento. Es la pérdida de las relaciones sociales de proximidad, por un lado, y la comunicación a distancia permanente, por otro. Es una nueva organización social basada en la integración de grupos y comunidades. Y esto presenta importantes oportunidades para las cadenas de televisión clásica, ya que en torno al ocio se establecen los paradigmas de la sociedad de la información.

Tecnológicamente, las posibilidades son numerosas, pues integran redes existentes, dispositivos y programas. La cadena de valor tradicional y el consenso social sobre la televisión se ha volatilizado. En la figura 2 puede verse ese esquema de integración que está llamado a modificar la forma de ver la televisión, y la forma de hacer negocios en el audiovisual.

Está previsto llegar a casa de los usuarios con todos los contenidos y con los nuevos servicios de la llamada sociedad de la información. Aquí los medios de comunicación del siglo pasado dejan paso a los *nuevos medios*, algo difícil de definir pues también se nutren de los contenidos de los medios de masas. También está cuestionado que la red sea un medio de comunicación. Con frecuencia se confunde la autopista con los coches.

Pero ya no hablamos solo de televisión, sino de la integración de medios (prensa, radio y televisión), con una oferta ilimitada de productos culturales y de entretenimiento (música, cine, video-juegos, libros, etcétera), y con nuevos servicios que modifican la forma de trabajar y de comunicarse (*elearning*, teletrabajo, comercio electrónico, chat, etcétera). Ya no es un hogar únicamente para divertirse sin salir, sino también para comunicarse y trabajar (Álvarez Monzoncillo, 2004). Es un refugio digital. Los sectores que caminaban por separado en el mundo analógico convergen en un nuevo mercado digital donde *El Dorado* parece que está en todas partes, pero no acaba de encontrarse.

FIGURA 2. ESQUEMA DE INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA EN EL HOGAR

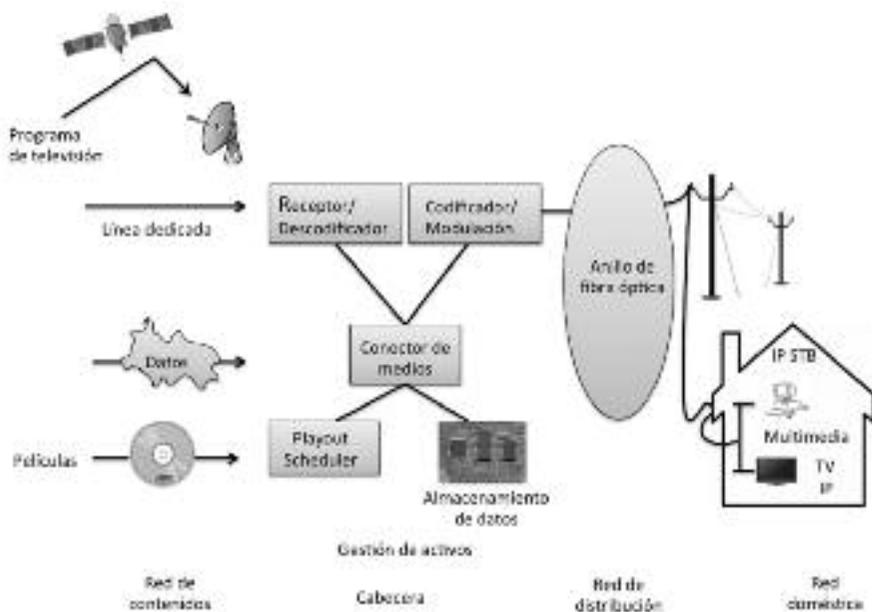


FIGURA 3. NUEVOS JUGADORES DEL MERCADO DE LA TELEVISIÓN



El mercado digital ha supuesto la entrada de nuevos actores que cuestionan el statu quo del pasado. Son los nuevos actores que están creando la *Próxima Generación Tv* (ver figura 3). En la nueva cadena de valor emergente aparecen nuevos *agregadores* de contenido que hace tan solo unos años no existía. Estos son Yahoo! Connected Tv, Boxee, Dailymotion, Blockbuster, Netflix, Amazon, etcétera. Estos nuevos *agregadores* actúan como tiendas virtuales, son nuevos intermediarios que se dedican a vender programas que otros les prestan para su comercialización. Sus modelos son muy diversos: muy similar al video *on demand* (el caso de Amazon o Blockbuster) o sistemas híbridos entre el mundo físico y virtual para el alquiler de vídeos (Netflix).

Pero en esta nueva cadena también aparecen nuevos portales que integran contenidos *premium* pero vinculados de alguna manera a un tipo de *hardware* propietario (Joost, Vudu, Zillion Tv, Xbox, etcétera), aunque también compartiendo contenidos de otros *agregadores* como Apple TV o Archos. En competencia con los anteriores aparecen los Media Center, que son soluciones integrales que fomentan la lógica de la demanda, la individualización y personalización del consumo (Tivo, Slingbox, Orb, etcétera), aportan sistemas de grabación para permitir una gran flexibilidad al espectador. Y por último, también existen nuevos jugadores en la llamada televisión mejorada como Hulu, BBC iPlayer o Fancast.

Estos nuevos jugadores en el mercado de la televisión tienen modelos de negocio distintos que suelen basarse en tres fuentes de ingresos: pago directo (Pay TV), publicidad o sistemas mixtos. Unos prefieren comercializar sus contenidos, otros compartirlos (syndication) y otros esperar. La característica de todos ellos es que no acaba de emerger una nueva cadena de valor que implique ingresos adicionales a la distribución por ventanas de los mercados analógicos. Los viejos jugadores están asistiendo a una importante *canibalización* de sus ingresos tradicionales a la espera de que las *largas colas* acaben triunfando en Internet. La sociedad de masas que funcionaba en la lógica de los *hits* no parece que vaya a ser sustituida por la lógica de los productos nicho que no tenían cabida en la era analógica por su imposibilidad de ser distribuidos físicamente.

Todo son promesas con Internet. Los mitos y el evangelismo en torno a la ideología libertaria se han trasladado a la red,

Las personas que habitan en ese hogar conectado también han cambiado. Ya no están juntos disfrutando de la televisión como si de una experiencia colectiva se tratara, sino que cada miembro del hogar se gestiona su propia dieta mediática. Muchos hogares son unipersonales. Las formas de relación social también han cambiado, con un gran impulso de las comunicaciones electrónicas. Eso ha provocado importantes brechas generacionales en su relación con las tecnologías, lo que implica importantes desequilibrios en la igualdad de oportunidades y la ruptura democrática de acceso al entretenimiento audiovisual.

Ese diseño que parece tan simple conlleva un cambio trascendental. El mercado multimedia se nutre de una nueva competencia que rompe las situaciones de dominio de algunas empresas, y las barreras de entrada del mundo analógico. La conversión de los viejos hilos de telefonía en autopistas de banda ancha ha transformado el negocio de las telecomunicaciones y del audiovisual. Ahora todos quieren distribuir contenidos y participar en el negocio del acceso y del tráfico. Pero las comunicaciones sin hilos han permitido el desarrollo de un sector con grandes posibilidades que cuestiona el consumo audiovisual fijo y estático.

pero con excesivas contradicciones. No estamos ante una innovación de sustitución, sino de complementación. El modelo Internet es sumamente dúctil para que su metabolización social suponga un cambio radical en la forma de informarse, comunicarse y entretenerse. Todo apunta más bien hacia la complementariedad de sistemas sobre la base de una red dispersa, abierta y sin ningún centro nodal donde circulen solamente los contenidos financiados exclusivamente por la publicidad.

Pero el hecho “de que un sistema de comunicación abierto, simétrico y flexible sea técnicamente posible, no significa que surgirá necesariamente otro ...; de hecho, la ‘programabilidad’ de Internet que permite la creación de un sistema que soporte múltiples modelos de comunicación, también hace posible modelar la televisión meramente como una versión expandida de los sistemas controlados centralmente que dominaron las primeras dos fases de la televisión... El camino de la televisión termina entre dos visiones opuestas que dependerán, en gran medida, de quién tendrá acceso a la cadena de distribución de Internet, y de quién tendrá la habilidad para programar su configuración. Ésta es precisamente la razón por la que las decisiones políticas contempladas actualmente son tan críticas, en particular aquellas que determinarán la manera en que elegimos para implementar las cuatro libertades de la broadband”¹. (Bar y Taplin, 2007). La gestión de esas libertades conlleva problemas importantes, pues beneficia a muchas empresas, pero también perjudica a otras. La presión existente hacia la gratuidad de los contenidos y la tarifa plana son puntos de colisión.

El negocio del tráfico y la *neutralidad de la red* están cuestionados. En la nueva batalla solamente han ganado los que no tienen contenidos ni redes. Estas empresas surgieron en las aulas y en los garajes. Pero ahora se ha abierto la veda para que sus beneficios se compartan con los que permiten el tráfico y con los productores de contenidos. Los medios y los *telcos* quieren parte de ese pastel. Cuestionar la neutralidad de la red implica una guerra mayor entre los sectores clásicos que están enfrentados en los mercados convergentes: empresas de telecomunicaciones, productores de contenidos, *broadcasters*, informática, *software*, etcétera. El control de la distribución en los nuevos dispositivos y la puesta en marcha de los nuevos modelos de negocio harán que la neutralidad de la red no esté garantizada o tenga que adaptarse a un nuevo entorno



El espectador pasivo tipo couch potato deja paso a un nuevo telespectador nómada que, a priori, sabe lo que quiere. Demanda el poder etiquetar, indexar y crear. El nuevo grial de la audiencia es la capacidad de participación.

socioeconómico de la industria audiovisual. Los reguladores no lo tienen fácil, pues deben contentar tanto a usuarios insatisfechos que ven en la red el paraíso hedonista gratuito, como a empresas que perciben la red como una fuente importante de *canibalización* de sus ingresos. Cuestionar la neutralidad supone crear dos redes: una abierta, lenta y gratuita, y otra, cerrada, rápida y de pago. Esto implica, inevitablemente, crear una brecha social importante.

Microsoft intentó introducir el Windows Media Center y fracasó. Steve Jobs también se las prometía felices con Apple TV. Google prepara su Google Tv. La televisión en el móvil está en *stand by*. Las redes sociales siguen buscando el *break even* o compradores que sean capaces de rentabilizar el tráfico y la información personal de la gente. *Second Life* murió. Ahora todos quieren integrar todos los dispositivos en la pantalla del televisor en una nueva experiencia interactiva, pero permitiendo, simultáneamente, la movilidad y el acceso a todos los programas por medio de terminales con acceso inalámbrico. Eso implica una nueva guerra de los dispositivos *pasarela* (MID). El futuro de la red está abierto, pero nadie tiene la sartén por el mango.

La democratización de la televisión siempre ha pasado por la ansiada y soñada interactividad. En la tercera fase de la televisión, Internet la hace posible. Las recomendaciones entre usuarios han sido un verdadero laboratorio para el futuro de la *era del tag*. Las recomendaciones y las suscripciones han potenciado la individualización y personalización, y en mu-

chas ocasiones han sido una verdadera prueba de fuego: comentarios y sugerencias de los *fans* para segundas partes o nuevas temporadas. Internet permite una arquitectura para que los nichos tengan una presencia en el mercado, frente a la imposibilidad de distribuir todos los contenidos en la era analógica. La televisión interclasista deja paso a nuevas segmentaciones, con asignaciones de gusto. Esta será la verdadera asignatura pendiente en esta fase, además de su monetización. Internet trae pocos recursos a la nueva televisión. El verdadero desafío para el sector audiovisual es el establecimiento de un modelo de negocio que permita mantener la inversión actual en la producción de programas.

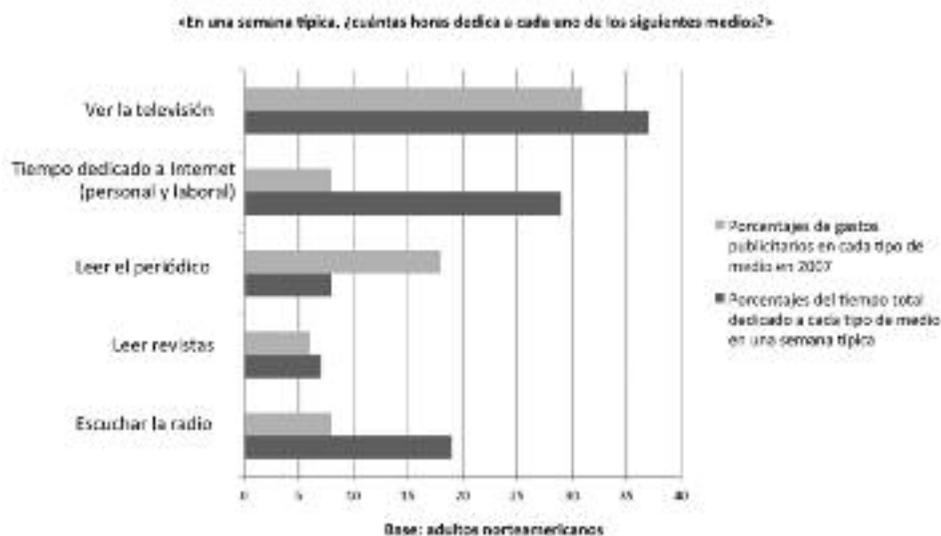
2. La migración digital

Los nuevos espectadores quieren participar de muchas maneras en los nuevos medios a través de todos los dispositivos de acceso a su alcance. La participación, la colaboración y el nomadismo son sus características esenciales. Son difíciles de fidelizar pues *surfean* por todos los medios sin patrones claros de comportamiento, mezclando usos y dispositivos, alternando ocio y trabajo. Se comportan bajo el síndrome manada, pero viven aislados y siempre conectados. El espectador pasivo tipo *couch potato* deja paso a un nuevo telespectador nómada que, a priori, sabe lo que quiere. Demanda el poder etiquetar, indexar y crear. El nuevo grial de la audiencia es la capacidad de participación. Las posibilidades que ofrece Internet han hecho que la audiencia comience a migrar a un nuevo entorno de mayor interactividad. Su actitud puede hacer que el *tag* sea el medio en el futuro. Esta actitud de la audiencia permite la desaparición de intermediarios cuyo saber hacer se centraba en la programación.

En este contexto de migración, aparecen nuevos consumos mediáticos y nuevas formas de entretenimiento que modifican el tiempo destinado a los medios de comunicación de masas. Y este cambio de tiempo afecta a la publicidad y a los modelos de medios de masas clásicos. Un consumo ecléctico en permanente cambio y en diversos dispositivos supone una alteración de las formas de hacer *marketing* y de hacer llegar los mensajes publicitarios a la audiencia.

El tiempo en la red tiende a incrementarse, al permitir hacer cosas que antes se hacían en otros dispositivos, como escuchar la radio o leer la prensa. Este despla-

GRÁFICO 1-A. TIEMPO EN LOS MEDIOS EN UNA SEMANA TÍPICA ENTRE ADULTOS DE ESTADOS UNIDOS (2007-2009) EN PORCENTAJE



Fuente: North American Technographics® Benchmark Survey, 2007
Fuente: North American Technographics® Benchmark Survey, 2009

zamiento supone que la estructuración de ingresos del sector audiovisual quede alterada, y que el sistema de distribución por ventanas se quiebre. Las empresas van hacia Internet para experimentar cómo se pesca en este nuevo caladero, conociendo los riesgos de *canibalización* de ingresos que conlleva. Los medios de comunicación se enfrentan ante un nuevo medio-ventana que no controlan totalmente, donde se ha instaurado la percepción de que los contenidos son gratuitos porque los gastos de distribución y de duplicación son insignificantes.

La conjunción de esas dos formas de percibir el audiovisual configurará la futura televisión en la red. Para ello segmentarán canales de forma horizontal. Pero la estrategia en la red debe ser cruzada y vertical. Siempre habrá que distinguir entre contenidos financiados exclusivamente por publicidad (*talks show*, *soap opera*, concursos, noticieros, etcétera) y los programas que necesitan ingresos adicionales antes de llegar a la televisión (películas, series, etcétera). Evidentemente, el mercado del pago y el de la gratuidad, financiado por la publicidad, se complementan, pero según el tipo de producción de que se trate debe encuadrarse en uno u otro lugar. Por eso, es poco probable que los contenidos asociados al pago se integren en la red de forma gratuita, reduciendo ingresos en las ventanas clave. Si eso sucediera, la inversión en producción se reduciría en la misma proporción.

Una de las pistas sobre cómo los usuarios están modificando su tiempo en los medios de masas se muestra en el gráfico 1-a, con datos referidos a los adultos norteamericanos en los años 2007-2009. Las mismas tendencias se repiten básicamente en casi todos los países en los que se produce la migración digital por el desarrollo de Internet. La primera idea que se deduce es que el tiempo de atención en todos los medios se reduce en el siguiente orden de importancia: la televisión (2 por ciento), la prensa, revistas y radio (1 por ciento). No es un salto sideral, pero apunta claramente la tendencia.

Es obvio que la migración mediática está determinada por la calidad y velocidad de la red. En muchos países existe un retraso considerable, y con la crisis económica actual no se prevé un incremento de las inversiones en infraestructuras de telecomunicación. Todavía queda mucho tiempo para que el servicio de banda ancha sea universal y de calidad para que la IPTV se extienda en la mayor parte de los países. Una vez resuelto el problema de la *última milla*, aparecen problemas en otras distancias. Las redes para telefonía móvil están colapsadas en algunos países, lo que se contradice con el incremento de las ventas de los *smartphones*. Empresas como Google y Verizon aceptan romper la lógica de la *neutralidad de la red* para algunos servicios como la televisión en el teléfono móvil o los videojuegos *online*. Esto permitiría el desarrollo de muchas

aplicaciones ante la saturación actual de las redes.

Los *millennials* muestran un comportamiento distinto con los medios, pues no tienen hábitos adquiridos. No suelen leer la prensa ni escuchar la radio y pasan más tiempo ante el ordenador que frente a la televisión. De hecho, viven menos informados a pesar de la cantidad de información que gestionan. La radio daba la noticia por su inmediatez, la televisión aportaba la espectacularidad de la imagen y la prensa ampliaba la información. Internet es mucho más rápido: uno se informa mediante flashes. Internet es una fuente de información poderosa, pero todavía le queda tiempo para convertirse en un verdadero medio de comunicación. Otra cosa es el ocio, que tienden a hacerlo con mayor frecuencia en el ordenador que en el televisor. Pero, sin embargo, ven películas, series y programas de la televisión.

Además del ordenador, los *nativos digitales* han convivido con las pantallas de las consolas de videojuegos y de los teléfonos móviles. Evidentemente, encuentran en la red una forma de socialización como en su día fue el cine en la sala para otras generaciones. El quedar *para ver una película* se ha desplazado hacia *cuan-do estamos conectados* o en la agregación de amigos en las redes sociales. Qué harán conforme vayan madurando es una incógnita, pues no es serio proyectar hacia el futuro la conducta de la adolescencia. Los hábitos tienden a cambiar con el tiempo y su dieta mediática actual está en entredicho en esa evolución. Cuando se integren en el mercado laboral y abandonen la casa de sus padres (emigren de su refugio digital) y tengan que optar y alternar entre el ocio en la televisión y el ordenador, es posible que cambien su comportamiento.

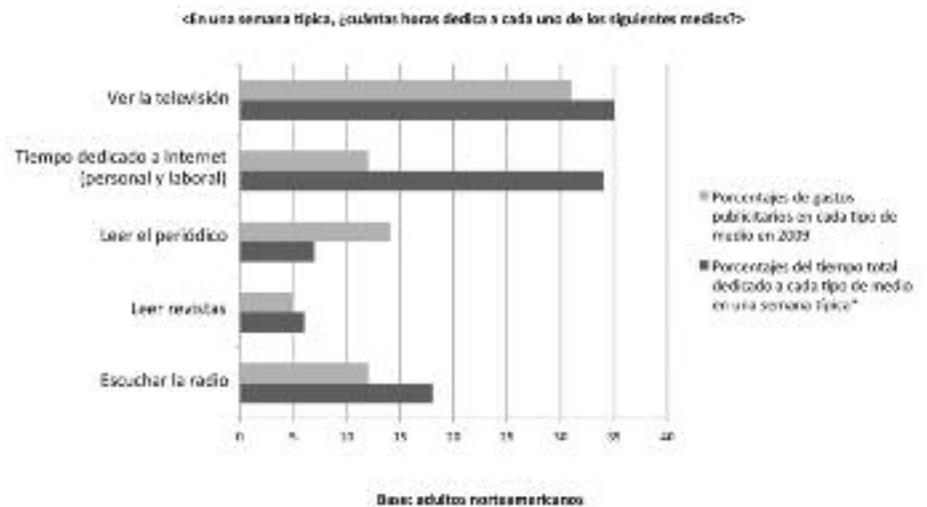
Pero el problema es doble: mientras los consumos mediáticos se desplazan paulatinamente hacia Internet, el mercado no se amplía porque no entran nuevos clientes. Muchos de los nuevos conquistadores de la *tierra digital* nunca estuvieron en los medios analógicos. Los *millennials* pasan de los medios tradicionales. El verdadero problema para las empresas de medios es que los adultos sustituyan su consumo tradicional por la red, con la consiguiente reducción de ingresos. Pero tampoco son capaces de conseguir que los jóvenes se conviertan en clientes futuros. Mientras esas migraciones se producen, se incrementa el visionado de programas y películas en la red, pero con rentabilidades muy escasas para las empresas que producen esos contenidos.

Ese abandono progresivo de la audiencia tradicional se explica por el incremento del 5 por ciento del tiempo que se pasa en la red entre los años 2007-2009 (ver gráfico 1-b). La presencia en Internet, en 2009, de los adultos norteamericanos ocupó el 34 por ciento del total del tiempo dedicado al conjunto de los medios. Pero la televisión parece que aguanta bien la competencia de la red, ya que todavía ocupa un 35 por ciento. Esto indica que Internet va a ser, sin duda alguna, el medio dominante entre los internautas. Pero ese tiempo en la red engloba tiempo relacionado con el trabajo y otros aspectos personales. Es evidente que la mayor parte del tiempo *online* se dedica a ver programas, vídeos y películas, leer la prensa, escuchar la radio o hablar por teléfono. No es riguroso comparar la televisión y la red, pues se hacen cosas muy distintas, pero, sin embargo, el ocio audiovisual suele ser semejante. Muchos de ellos prefieren ver las películas y series con inmediatez en Internet sin esperar a su emisión en la televisión. Pero el tiempo entre el estreno y la emisión gratuita por televisión se va reduciendo cada vez más, de forma que la secuencia temporal clásica de ventanas de amortización se va difuminando progresivamente. La saturación de la oferta y la aceleración de la comercialización de las obras audiovisuales vienen impuestas por un *marketing* intensivo que busca sinergias entre ventanas.

Otros muchos espectadores prefieren esperar al estreno en la televisión, y no tienen interés en la inmediatez. Pero esos dos tipos de comportamientos están generando una importante brecha digital que se traduce en desigualdad en el acceso al ocio, ya que gran parte de la audiencia todavía sigue anclada en la televisión, sin demostrar un interés por lo que ofrece la red. Esta brecha no es solamente generacional, también es cultural y económica. Sin embargo, lo trascendental de esa brecha no son las diferencias que se crean en torno al ocio audiovisual, sino las que se generan en torno a otro tipo de usos que condicionan la competitividad de la gente.

Esta migración supone también que la publicidad vaya desplazándose a la red, de manera que la *publicidad IP* que suponía 8 por ciento del total del tiempo en la red durante los años 2007, ha crecido hasta 12 por ciento en 2009. Esto viene a representar un crecimiento muy importante del tiempo de exposición de los internautas a la publicidad. A falta de *monetizar* la red, la publicidad seguirá bus-

GRÁFICO 1-B. TIEMPO EN LOS MEDIOS EN UNA SEMANA TÍPICA ENTRE ADULTOS DE ESTADOS UNIDOS (2007-2009) EN PORCENTAJE



Fuente: North American Technographics® Benchmark Survey, 2007
Fuente: North American Technographics® Benchmark Survey, 2009

cando a la audiencia. Y mientras esta vaya a la red, la red quedará invadida por la misma. Por eso es pertinente considerar que uno de los riesgos de la red es que acabe absorbida por la publicidad de un modo asfixiante y descontrolado, de forma que Internet quede relegada a contenidos baratos trufados de mensajes comerciales. Una suerte de medio con un flujo redundante, superficial y barato para jóvenes indefensos que ven la red como una forma de evasión y una herramienta de socialización maravillosa.

Otro problema que plantea la migración digital es que los grandes anunciantes de marcas globales pueden reducir sus inversiones. Las razones que podrían explicar esta contracción son las siguientes: primero, los anunciantes quieren una publicidad contextual, que muchas veces en la red no encuentran, y segundo, la publicidad en la red puede ser más eficiente al ser los *targets* más específicos y homogéneos. Esto supone que el *coste por mil* en la red sea más eficaz que los GRP clásicos, y que los anunciantes gasten menos que en la era analógica. Pero la red es tan abierta y dúctil, que la publicidad puede hacerse camino para insertarse en un contexto más favorable que el actual. Estas circunstancias son muy similares en casi todos los países, aunque sigue siendo muy dependiente de la calidad de los accesos y de factores socioculturales, económicos y regulatorios.

Existe un peligro importante por parte de anunciantes y empresas que introducen *cookies* en los ordenadores de los usuarios para *rastrear* cómo surfean en la red y

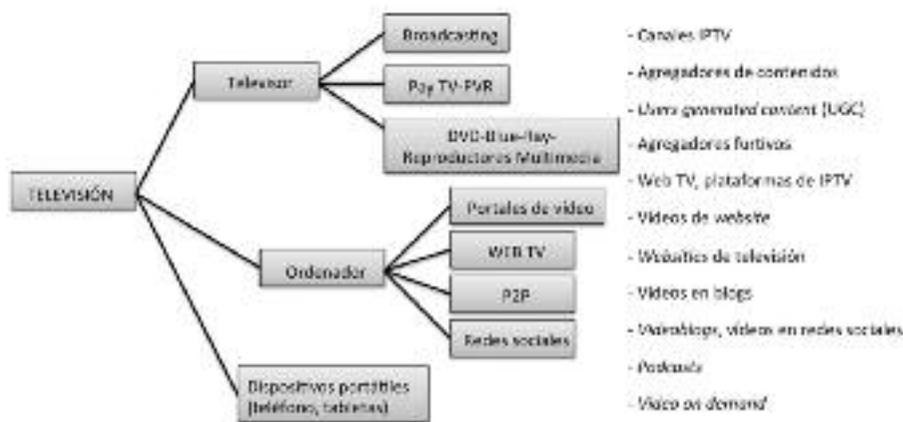
construir así un perfil mimético de los internautas. Este conocimiento exhaustivo permite una radiografía perfecta de la vida virtual de la gente que hace posible el sueño de los anunciantes al situar con precisión sus mensajes en el target que les interesa en un contexto realmente favorable (*behavioural targeting*). Esta publicidad interactiva está en contra de la normativa que protege la privacidad electrónica. Todo ese tipo de publicidad supone una menor inversión, al ser más eficiente que insertada en los medios de comunicación convencionales acostumbrados a grandes audiencias.

Parece coherente considerar que el crecimiento de la publicidad en Internet no será en detrimento de la televisión. Afectará en mayor medida a las técnicas *bellow the line* y al papel escrito. La programación televisiva, estructurada linealmente, hace que haya subvenciones cruzadas entre anunciantes, de manera que un *desempaqueado* (Nicholas Carr) supone una reducción considerable de ingresos. La publicidad en el envoltorio pierde eficacia.

La posibilidad de que el incremento exponencial de usuarios permita compartir y hacer viable económicamente el consumo en Internet a través de las *externalidades positivas* o los *efectos de red* debido a los costes cero de duplicación y a las deseconomías de escala parece que se pospone. Los *broadcasters* diversificarán sus productos hacia la televisión de pago para aminorar su dependencia de la publicidad.

Pero las nuevas televisiones también las moldearán los usuarios. Su participación, los sistemas de recomendación y los

FIGURA 4. NUEVAS MODALIDADES DE CONSUMO AUDIOVISUAL



UGC abren nuevas posibilidades para la creación y distribución de nuevos formatos y programas. Los expertos darán paso a la capacidad de *tagetizar* de los usuarios y a un modelo de creación *amateur*. Y con ellos aparecerán nuevas televisiones y nuevas formas de ocio audiovisual. Sin ellos, la televisión por la red será más de lo mismo.

3. Las nuevas televisiones: hacia la televisión personal

La televisión que creció con la sociedad de masas ha cambiado. Sin embargo, un porcentaje alto de la población sigue anclada a esa televisión generalista de masas mantenida básicamente por la publicidad. Y ocupa todavía un lugar central en el ocio de las sociedades modernas al ser capaz de concentrar una gran parte de la atención de la gente. Hay contenidos globales y fuerzas ligadas a la identidad de las sociedades y de las naciones que hacen que el concepto de masa siga vigente por bastante tiempo. Pero paulatinamente se va despojando de su ADN. Nuevos espectadores ven otro tipo de televisión, con una lógica distinta a la televisión que reinó de forma apabullante en el siglo pasado.

Ya no solo se tiene más acceso a más canales, algo propio de la etapa de gran competencia de los años noventa, sino que aparecen nuevas opciones de consumo: canales IPTV, agregadores de contenidos, *users generated content* (UGC), agregadores furtivos, web TV, plataformas de IPTV, vídeos en *website*, *websites* de televisión, *videoblogs*, vídeos en redes sociales, podcasts TV, *video on demand*, *mashup*, etcétera. (ver figura 4).

Todo es televisión, pero poco se parece a la vieja televisión analógica. Los pro-

gramas suelen ser los mismos (series, noticias, películas), pero todo lo demás se ha modificado. Estos llamados *new media* alteran las formas de la recepción, el comportamiento de las audiencias, los negocios de los productores, programadores y difusores, etcétera. Nada es televisión, pero ¿si no es televisión, qué es? (Lotz, 2004). ¿Qué es la IPTV? Pues depende de lo que se entienda por televisión y por Internet. Es una respuesta retórica, pero la única acertada. A lo mejor se convierte en nuevo medio, o se queda en una red de difusión más. Pero estos cambios hacen que todo sea distinto, a pesar de que los programas sean iguales. Hasta el efecto placebo funciona. Los usuarios interactúan, y se sienten con más poder al permitirles controlar los contenidos en un entorno sin fidelizaciones. Convierten la televisión de masas en una televisión personal. Manipulan, descargan, opinan, transforman, recomiendan, producen, etcétera: son los nuevos espectadores que sustituyen el papel central de la televisión por Internet con la intención de participar.

Pero no solo han aparecido esas modalidades de consumo, sino que simultáneamente, la digitalización ha traído mejoras importantes en la calidad de imagen y sonido. La alta definición y las tres dimensiones están a la vuelta de la esquina. Sin embargo, es paradójico comprobar cómo muchos de estos nuevos consumos de ocio audiovisual se hacen en pantallas muy pequeñas y con calidad muy baja si se compara con la televisión convencional. Los nuevos medios están condicionados por el tamaño de la pantalla, la definición de la imagen y la segmentación de contenidos según su coste de producción. Pero es una fase intermedia, pues estas nuevas formas de consumo audiovisual acabarán

yendo al televisor. Esto supone una convergencia entre la red y la pantalla del televisor. Sin duda, esto llevará años, pero la tecnología y la demanda parece que coinciden ahora. Fuera de casa, la movilidad seguirá condicionando la calidad de los dispositivos. Pero todavía hay margen para que aparezcan nuevas modalidades basadas en nuevas hibridaciones mientras esa convergencia se produce.

En la figura 4 puede verse un resumen de esa amalgama de formas y sistemas de ocio audiovisual.

Muchas pantallas con acceso a la red determinarán el nuevo ocio audiovisual. La integración del televisor con la red sigue siendo inexistente, aunque las nuevas pantallas tienen la posibilidad de acceso inalámbrico. Hasta ahora la televisión ha ido hacia la red y el ordenador. Los nuevos consumos que se detallan en la figura 4 se realizan mayoritariamente en el ordenador. La televisión vive todavía en una isla conectada a las redes hercianas, al cable y satélite. La digitalización de esas redes tiene niveles de implementación en el mundo, pero su efecto más importante ha sido la posibilidad de emitir muchos más canales, fomentando el desarrollo de los canales temáticos para satisfacer nuevos nichos de demandas especializadas.

Sin embargo, poco a poco, Internet irá a la televisión. En la actualidad, los internautas dedican menos de seis horas mensuales a ver vídeos, mientras que el consumo de televisión suele rondar las tres horas diarias en los países más avanzados. Pero no será solamente para ver vídeos en redes sociales, como YouTube, sino que aparecerán visionados en *websites* con contenidos sindicados o en webs de aquellas cadenas cuyos programas solamente puedan verse por la red. Conforme las nuevas pantallas se vayan conectando a la red, se abren grandes posibilidades para la distribución de contenidos y para la implementación de diferentes modelos de negocio, con arquitecturas casi impensables en la actualidad.

Otro fenómeno que no consideran esas estadísticas son las descargas en las redes P2P (*file sharing download*) y los visionados en *streaming* ilegales. Estas dos modalidades a coste cero conllevan un incremento exponencial del consumo. Y más cuando hablamos de *nativos digitales*. En la mayor parte de los países ya han comenzado a controlarlos, pues supone vulnerar no solo los derechos de propiedad intelectual y el *copyright*, sino también la propiedad de los tenedores de sus derechos de explotación. El tráfico generado

por ambos sistemas es muy importante en muchos países como España, y casi insignificante en otros, tanto por su control, como por su rechazo cultural (Canadá o Suiza, por ejemplo).

La ergonomía entre la televisión y el ordenador (la red) no está muy conseguida, y el consumo en Internet puede quedarse para los niveles bajos de renta. El ordenador es la pantalla por excelencia para este tipo de consumo. La convergencia con la pantalla mayor se hace con los discos multimedia y con dispositivos de grabación (discos vírgenes, memoria flash, etcétera). Esta audiencia es devoradora de series y películas, y también va al cine. La generalización de estas formas de consumo es una amenaza a medio plazo para la industria audiovisual. Sin embargo, los verdaderos ingresos del audiovisual en el mundo están en la televisión de pago y las perspectivas son bastante buenas. La situación se mantendrá mientras exista un equilibrio entre el mercado del pago y el de la gratuidad.

Los llamados sistemas P2P o redes o sistemas de intercambio de archivos son sistemas informáticos que permiten interconectar a través de Internet a unos usuarios con otros e intercambiar todo tipo de recursos informáticos que poseen los ordenadores de dichos usuarios, tanto archivos informáticos de audio, imagen, vídeo y texto, como también la capacidad de procesamiento, almacenamiento y transmisión de esos archivos a través de la red de usuarios del sistema P2P. De ahí que se denomine a este tipo de sistemas como P2P (*peer to peer*), que se traduce como *de par a par, de igual a igual, de persona a persona o de usuario a usuario*. Los sistemas P2P tienen una larga historia y se podría decir que son parte consustancial del desarrollo de Internet, desde sus orígenes hasta nuestros días. Internet es una red diseñada para intercambiar todo tipo de información a través de múltiples vías entre todos sus puntos, y los sistemas P2P potencian esta lógica de funcionamiento de la red.

Atendiendo a una definición general, los sistemas P2P abarcarían desde las primeras aplicaciones de intercambio de mensajes electrónicos (correo electrónico o email), la transferencia de archivos informáticos FTP (*File Transfer Protocol*), hasta las aplicaciones informáticas más actuales que permiten acceder a todo tipo de recursos informáticos entre los usuarios de Internet, tales como la web, la enciclopedia Wikipedia, el portal audiovisual YouTube o las redes sociales como



Los principales medios de comunicación audiovisual han pasado de tener una presencia meramente testimonial en la red, por el temor a poner en peligro el negocio principal, a desarrollar contenidos propios y servicios ad hoc para sus websites.

Facebook, entre otras. Los sistemas más populares son Bittorrent, eMule, LimeWire, Kazaa, Shareaza, Soulseek, Azureus, etcétera.

Los sistemas P2P presentan dos características principales. La primera es que posibilitan el intercambio, la distribución y la reproducción masiva de productos culturales bajo la forma de archivos informáticos de audio, texto, imagen y vídeo que circulan a través de Internet como recursos libres y gratuitos. La segunda es que pueden lograr desarrollar rápidamente lo que se denomina *escalabilidad de redes*, es decir, que el valor de la red P2P aumenta exponencialmente con el número de usuarios que se conectan a ella, puesto que habrá más recursos disponibles, lo cual atrae más usuarios que generan más recursos, y así sucesivamente.

Ese potencial no es desdeñable, pues tiene una eficiencia inherente. La futura IPTV “no será para compartir películas, pues se podrán conseguir de otras formas más baratas, más bien, será para crear nuevas formas y géneros basados en las fortalezas internas de la comunidad –creatividad, energía, interactividad y *peership*” (Noam, 2008). La riqueza de la innovación social de la Web 2.0 no para de sorprender a la industria convergente, y esperamos que la participación de los internautas acabe por convertir Internet en un verdadero medio de comunicación democrático, plural y diverso. La radio comenzó un sistema de participación entre usuarios, y finalmente fue absorbido por las empresas y los anunciantes. Luego acabó en un mercado concentrado de pocos emisores con fuertes barreras de entrada.

Actualmente, los sistemas P2P forman parte de las aplicaciones informáticas más utilizadas en Internet, con tasas de crecimiento exponencial tanto del volumen de usuarios como de los archivos intercambiados en ellos. Algunas televisiones han intentado distribuir contenidos a través de estos sistemas, pero pagando, y no ha funcionado (Comcast). Muchos operadores de red están intentando tratar de forma distinta los contenidos, entre ellos, ralentizando la velocidad de intercambio de algún tipo de archivo en esas redes. Esto ha cuestionado los principios de neutralidad en los que se asienta la red en Estados Unidos. Sea como fuere, el intercambio gratuito de archivos de vídeo crecerá muchísimo en la presente década, mientras que las empresas de producción audiovisual (productoras y cadenas de televisión) intentarán poner freno a esa expansión pues desarrolla su fuente de ingresos. El reajuste entre esas dos opciones marcará cómo será esa televisión en el futuro. Unos tenderán a fomentar el acceso gratuito al catálogo audiovisual mundial, y otros tratarán de amortizar su productos en la red por medio de la publicidad, la suscripción, el pago directo por consumo o participando en el negocio del tráfico. Y para ello presionarán a los gobiernos, y diseñarán una *estrategia 360°* para llegar a todos los dispositivos de consumo. La arquitectura social e industrial de la IPTV queda aplazada hasta que ese reajuste termine en consenso social, como ocurrió con la televisión analógica.

Muy diferente es el modelo de la televisión por la red (Web TV) por medio de tecnología *streaming*. Aquí nos encontramos con una amalgama de posibilidades, pues se trata de una web que contiene programas de televisión. Muchas son ilegales y compiten con las redes P2P, pero hay una enorme y rica variedad: desde *videoblogs* o televisiones que ponen su programación en la red, hasta UGC o portales corporativos.

Poner la programación de los canales de televisión en la red es un fenómeno creciente en casi todos los países. Es sintomática la forma en la que los operadores convencionales se han posicionado de una manera cada vez más agresiva. Los principales medios de comunicación audiovisual han pasado de tener una presencia meramente testimonial en la red, por el temor a poner en peligro el negocio principal, a desarrollar contenidos propios y servicios ad hoc para sus *websites*. Lo que se busca es no perder las audiencias residuales que no han visto las pri-



meras emisiones en la pantalla grande del televisor. Es la estrategia de atrapar (*Catch up TV*). Este tipo de televisión no canibaliza ingresos, pues se emite con la misma publicidad; además permite a los canales de televisión segmentar su oferta de programas y construir una marca en la red. Por el contrario, a los espectadores les aporta una gran flexibilidad al no depender de horarios fijos.

Este tipo de apuesta en la red ha sido, en términos generales, un poco tímida y tardía, pero casi todos los operadores partían de la experiencia negativa de las crisis *puntocom* (go.com de ABC-Disney). En los años noventa, la mayor parte de los grandes operadores televisivos mundiales crearon portales que pretendían ser grandes distribuidores globales de contenidos. Sus webs eran portales pasarela para el comercio electrónico. Los contenidos eran clave para que la gente entrara (la compra de ABC y ESPN por Disney). Pero el torrente de la gratuidad y de los sistemas abiertos hizo que ganasen los que no tenían contenidos. Los *Adwords* fueron una fuente importante de ingresos, y no el comercio electrónico. Las pretensiones de centralizar el acceso a unos pocos contenidos audiovisuales demostró ser tremendamente ingenua y por un tiempo las empresas se limitaron a seguir perfeccionando sus *websites* (algunas como las de la BBC) sin una dirección clara. No es extraño que sobresaliesen en tal ocasión los medios públicos, ya que su objetivo era entonces no tanto diseñar nuevas cadenas de valor como promover de manera genérica la alfabetización digital de la sociedad.

Después de ese fracaso los canales se asociaron con los líderes de la red para vender contenidos. Disney fue la cadena que primero cerró un acuerdo en 2005 con iTunes, el almacén *online* de Apple. Muy poco después, el 5 de diciembre de 2005, fue la cadena NBC la que selló su acuerdo, con contenido de NBC, *Usa Network*, *The SciFi Channel* y la librería de sindicación de *Universal*. La cadena NBC también puso en iTunes *Lazy Sunday*, un corto digital de *Saturday Night Live* que se convirtió en un fenómeno digital después de que se emitiera en el veterano programa de televisión. Después los más grandes se aliaron para poder competir (el caso de Hulu).

Desde entonces, las extensiones digitales se han convertido en una estrategia muy habitual. Todas las cadenas norteamericanas llevan a cabo un notable despliegue de contenidos digitales para casi todos sus programas de *prime time*. La si-

En cualquier caso, la participación de los operadores es decisiva en el éxito de esta nueva posibilidad de integrar los contenidos a través de grandes portales casi monopolísticos.

tuación en el resto del mundo no es todavía comparable, al no contar con contenidos globales. Las cadenas públicas europeas asumieron un liderazgo genérico si bien, de manera creciente, los operadores privados están copiando las estrategias seguidas por las cadenas norteamericanas. El servicio público necesita una reconstrucción que permita una mayor participación de las audiencias y no se quede solamente en el *broadcasting*, sino que se prolongue a la red (Jackson, 2010). Se trataría de hacer un planteamiento del servicio público de la comunicación que superara la defensa parcial de la televisión del pasado como medio de referencia.

Los *websites* de los operadores de televisión ofrecen hoy una gama muy completa de productos: emisión *online*, piezas informativas, transmisiones deportivas, redifusión de capítulos, catálogo histórico, contenidos promocionales, contenidos específicos para la Web, contenidos exclusivos de pago, etcétera. Un capítulo aparte merece el fenómeno Hulu, creada en Estados Unidos en 2008, y que en estos momentos agrupa a NBC, *News Corp.* (Fox) y *Disney-ABC*. Es algo más que una *website* de los operadores, pero no deja de ser, en última instancia, una *website* de un pool de operadores que decide explotar de manera integrada sus contenidos. En el Reino Unido, Kangaroo, una idea similar, ha sido rechazada por el órgano regulador.

De todos modos, la participación de los operadores es decisiva en el éxito de esta nueva posibilidad de integrar los contenidos a través de grandes portales casi monopolísticos. Es la nueva manera en la que la vieja televisión quiere llegar a la audiencia a través de Internet. Otra forma de intentar alcanzar el viejo sueño de centralizar el acceso al mundo audiovisual.

En cualquier caso, la estrategia de casi todos pasa por comercializar sus contenidos o compartirlos por medio de su sindicación en otras webs de *agregadores* de contenidos globales con mejor posición en el mercado digital. La comercialización pasa por segmentar los contenidos, de manera que puedan ofrecerse gratis con publicidad, por medio de suscripciones, *podcast* y los de pago. Se trata de diferenciar los contenidos *freemium*, *low cost* y *premium*. Cada tipo tiene sus costes, y obliga a diferenciar las estrategias para su rentabilización. Se trataría, en consecuencia, de establecer horizontalmente muchos canales, pero diseñar estrategias verticales de acuerdo con la calidad de los mismos. Además, la red permite impulsar el comercio electrónico y establecer comunidades de *fans* en torno a los programas.

Los periódicos siguen también esa idea de que la migración digital sea parcial y frenar así la *canibalización* de ingresos. El caso de la estrategia de la BBC en Internet es bastante ilustrativo de lo que está pasando ante la ruptura clásica de la cadena de valor. Un discurso entre la rentabilidad, la defensa del servicio público y una estrategia claramente definida en la red, pero con un problema claro de financiación. Y al mismo tiempo, una estrategia multicanal, pero con una segmentación vertical de contenidos para poder discriminar con precios o permitir el acceso gratuito. La BBC es una marca global que puede buscar rentabilidades en las *largas colas* y apostar por los contenidos globales *premium*. Con esa segmentación de contenidos se propone distribuir a los diferentes dispositivos y en todos los mercados, con especial atención a las demandas de movilidad.

Pero la Web TV no se queda solamente en la oferta en la red de los *broadcasters* tradicionales, sino que existen multitud de webs con todo tipo de productos. Los *websites* son muy variados y ofrecen diferentes tipos de productos audiovisuales. Mención aparte merecen los vídeos que cuelgan desde los *blogs* o en redes sociales para compartir. El "Broadcast yourself" de YouTube deja paso a una revolución sin precedentes en la producción audiovisual.

La personalización de la televisión y la individualización en la recepción ha provocado un cambio en la televisión de masas. El declive de la televisión clásica ha supuesto el auge de la *televisión personal*. La televisión personal no debe ser vista exclusivamente desde Internet, foca-

lizada en el ordenador y asociada al público joven. La televisión de pago con los sistemas de grabación de última generación ya suponía cierta personalización hace unos años. Y en un futuro no muy lejano, la televisión con acceso a la red hará realidad la *televisión personal* y la lógica *point-casting*.

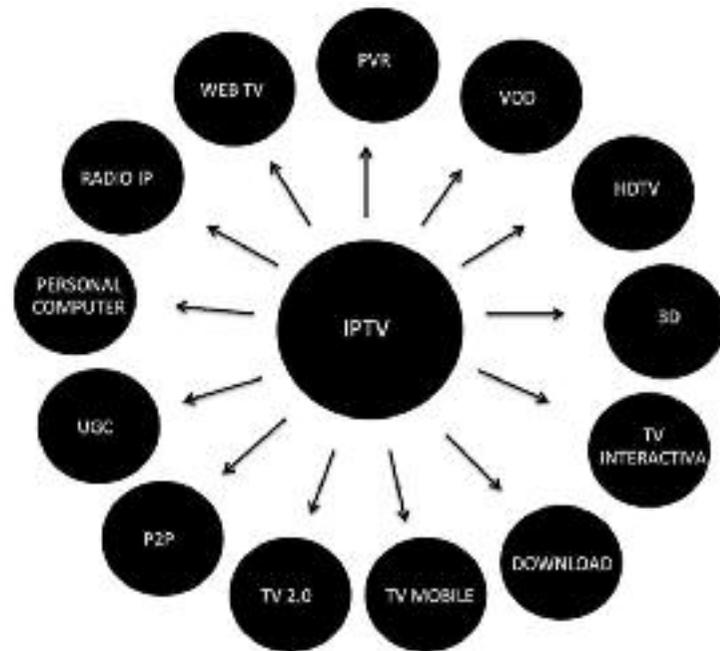
La televisión por Internet (IPTV) conlleva múltiples implicaciones, como se puede ver en la figura 5. El poder elegir en cada momento supone un cambio en las audiencias tan radical que los modelos teóricos de análisis de los *estudios culturales* deberán modificarse (Turner, 2001). Su estructuración está abierta a una amalgama de posibilidades que involucra a los más activos en la web, y a la mayor parte de las empresas, que se ven obligadas a trasladar cierta coherencia a los mercados digitales. Muchas empresas tienen sus estrategias sin definir hasta el momento, a la espera de que se clarifique el mercado. Es una dinámica de dudas sobre dudas al no ver un modelo de negocio rentable.

Pero al mismo tiempo, existen ciertos riesgos, pues puede ser que la potencialidad de la televisión en la red acabe siendo un vulgar buscador global de archivos de vídeo. Ese buscador solamente indexará los productos presentes en el almacén audiovisual virtual conforme a la participación de los espectadores. Pero también puede que sea otro criterio el que determine el algoritmo de búsqueda, fomentando una fuerte concentración empresarial, como ha pasado con la subasta de las palabras clave. Una nueva empresa que antepondrá sus criterios económicos a los intereses de los usuarios, arrinconando el sueño de lo que pudo ser y nunca fue.

Aparecerá, también, una nueva relación de intermediación entre los proveedores de contenidos y esos buscadores que no podrá ser parasitaria, sino que supondrá compartir las ventajas de la distribución en la red. Esta nueva cadena de valor, con nuevos intermediarios, tendrá que resolver la rentabilidad de los contenidos. El precio actual de la tarifa plana, con acceso gratuito a la totalidad de los contenidos digitales y con publicidad, no podrá mantener el nivel de las inversiones en producción de los últimos años.

La IPTV puede acabar canibalizando a todos los jugadores involucrados en la convergencia. La red funciona como un sistema abierto y libre, mientras que los negocios requieren un control mínimo para que el juego de la oferta y la demanda funcione. La televisión por la red, en las diferentes modalidades que hemos visto an-

FIGURA 5. IMPLICACIONES DE LA IPTV



teriormente, también presenta riesgos de *vampirización* entre agentes y modelos de consumo. En un sistema tan abierto como Internet es muy difícil poner diques de contención, así como prever su evolución. Las redes sociales, los blogs, las redes P2P presentan tantos conflictos entre diversos intereses que es difícil de ordenar. Internet puede provocar un *big bang* para la industria del entretenimiento que haga tambalear las estructuras de los viejos medios analógicos. Pero esa explosión también puede afectar a los contenidos de los new media, ya que estos, a día de hoy, se nutren en su mayor parte de los contenidos de los medios de masas clásicos. Es difícil imaginar *nuevos medios* con inversiones pequeñas en contenidos y con aportaciones de los usuarios. La publicidad y la sociedad *amateur* no puede sustituir al entramado actual de los medios que viven más del pago de los consumidores que de la publicidad.

Pero la televisión por Internet está llamada a modificar los contenidos editados como los conocemos hoy. "Aparecerán nuevos géneros de expresión interactiva que hoy estamos empezando a explorar" (Noam, 2008). La participación de los usuarios en la televisión personal va a ser determinante, pues va a provocar, no solo la aparición de nuevos géneros y formatos, sino un gran abanico de opciones y de posibilidades donde los productos de hoy se mezclarán con los del pasado, dando

lugar a programas multisoportados y transmedia en plataformas multitarea.

Este *remix* choca con el imperativo de la industria de *proteger la nave nodriza*, pues todavía no se han entendido correctamente las posibilidades del enfoque transmedio. Pero estas nuevas formas de expresión interactiva no nacerán por generación espontánea, sino que se apoyarán en los lenguajes de los medios analógicos. No nos olvidemos que la televisión ha "instaurado y asentado una 'matriz narrativa' (que incluye géneros, formatos, estrategias) en la que se apoyan en esencia las experiencias vividas con ellas por los televidentes; que, al conocerla y dominar muchos de sus recursos, la usan y la hacen coincidir ahora en diferentes soportes con elementos de nuevo cuño (asíncronos, interactivos, generados por los usuarios, desarrollados en cooperación con otros o en apropiación de productos de la industria cultural" (Aguilera, 2009). Es la tesis de McLuhan de que un medio nuevo se asienta en los del pasado.

Esa generación de nuevos contenidos condicionará el desarrollo de la IPTV, y se basará en los ingredientes iniciales del voluntarismo para reducir costes y en la capacidad de incrementar las externalidades de la red. Eso implicará que la nueva televisión evolucionará desde el tradicional sistema de *ellos-TV* de las tres redes dominantes al *yo-TV* de la televisión multi-canal al *nosotros-TV* de la próxima gene-

ración del vídeo interactivo (Noam, 2008). Esperemos que ese *people to people* funcione de manera tan eficiente como lo hizo la televisión en la era del *broadcasting*: generando identidad y cohesión social sobre la base de un consenso social muy amplio. El *one to one* fracasó en plena euforia *puntocom*. Después de todo, la televisión de masas no fomentó una sociedad tan negativa, de cuyos peligros nos advertían en la década de los años sesenta. Es más probable que funcionen socialmente mejor los *media groups* que la comunicación entre comunidades, como ya advertíamos hace unos años (Álvarez Monzoncillo, 2004).

Además de las formas de televisión comentadas, cabe señalar las grandes perspectivas que tiene el intercambio de vídeos en las redes sociales. Las potencialidades son enormes, pues es posible que pronto se alcance la mítica cifra de los mil millones de usuarios. Esto ya podría ser el comienzo soñado de la *aldea global*. Pero estar conectados con perfiles no implica que se haya alcanzado un sistema de comunicación eficiente.

En la actualidad, se distribuyen muchos vídeos de los medios de masas convencionales y otros generados por los propios usuarios, pero organizados en grupos de amigos e intereses. Esto hace que la audiencia potencial se reduzca drásticamente. Algo muy distinto es la capacidad de distribuir vídeos con publicidad de acuerdo a los gustos y aficiones de los usuarios. Esa TV 2.0 presenta grandes oportunidades que pueden hacer posible *la era del tag*. Pero en las redes sociales hay importantes barreras, como las lingüísticas, que impiden diseñar una estrategia de distribución global de contenidos. Además, los propietarios de los contenidos o canales *premium* no tienen interés en distribuir contenidos en las redes sociales porque los retornos económicos son insignificantes. Los perfiles personales en las redes sociales permiten afinar bastante el *marketing* y la publicidad, y pueden servir para establecer nuevos canales de comunicación entre creadores y consumidores. La creación de comunidades virtuales y grupos de *fans* puede ayudar a las productoras a modificar sus guiones. Esto es un salto cualitativo sobre lo que se hacía en el pasado.

Un caso aparte lo representa la televisión en el teléfono móvil. sus perspectivas de crecimiento no son muy alentadoras, pues presenta grandes problemas de calidad e incertidumbres en la demanda. In-

cluso en los mercados más maduros, como los asiáticos, la televisión por el móvil no acaba de alcanzar su masa crítica (en Corea, los operadores han dejado de emitir). La mayor parte de los contenidos audiovisuales que se consumen en el teléfono móvil son UGC. No puede ser de otra manera: el móvil permite al usuario ser creador, programador y difusor. Pero como no hay tarifa plana, los jóvenes no lo usan profusamente, y a los adultos no les interesa. El tamaño de las pantallas, la calidad de la imagen y la saturación de las redes hace que, por el momento, la televisión en el móvil sea más una esperanza que una realidad.

Sin embargo, hay perspectivas alentadoras en el largo plazo, dado que se espera un uso intermitente en los tiempos muertos. Partiendo de la distinción entre dos tipos de ocio –el social (ocio en red) y en los tiempos de espera (ocio privado nómada)–, son evidentes las perspectivas del teléfono móvil como un verdadero centro de ocio, pero limitado al ocio en movilidad (Aguado y Martínez, 2009).

En definitiva, estamos ante un vivero de nuevas televisiones y nuevas formas de distribuir que obedecen a una lógica distinta al modelo de televisión analógico. Todas ellas implican una fuerte personalización del consumo. La migración hacia los nuevos medios tiene una gran trascendencia por las consecuencias que conlleva, sobre todo de carácter económico y social. Y, por último, aparecen nuevas brechas sociales que romperán la lógica de la televisión de masas interclasista y homogénea. La televisión 2.0 será un importante laboratorio en la configuración de las nuevas formas de la televisión sobre la base de recomendaciones y *etiquetas* de los usuarios.

JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ MONZONCILLO
Catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos. En la actualidad es vicerrector de Armonización y Convergencia Europea de la misma universidad. Director del máster de Periodismo de Televisión (URJC-RTVE). Coordinador del máster universitario de Cine, Televisión y Medios Interactivos de la URJC y director del grupo de investigación Infocent.

* Ensayo escrito para la Fundación Telefónica en el libro La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios, que coordinara el mismo autor.

Referencias

- AGUILERA, M. (2009): "Innovación, prácticas culturales y contenidos audiovisuales". En: Aguilera, M. y M. Meere (coords.) (2009): *Una tele en el bolsillo. La televisión en el teléfono móvil: contenidos, formatos, audiencias*. Málaga: ad Hoc.
- AGUADO, J.M. e MARTÍNEZ, I. (2008): *Sociedad móvil*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M. (2004): *El futuro del ocio en el hogar*. Madrid: Dattautor.
- BAR, F. y TAPLIN, J. (2007): "Cable's digital future". En: Banet-Weiser, S., C. Chris y A. Freitas: *Cable visions. Television beyond broadcasting*. Nueva York: New York University Press.
- JACKSON, L. (2010): "Facilitating participatory audiences. Sociable media and PsM". En: Lowe, G. F.: *The public in public service media*. Goteborg: Nordicom.
- KATZ, E. (2009): "Introduction: the end of television?". En: Katz, E. y P. Scannell: *The end of television? Its impact on the world (so far)*. Londres: Sage.
- LOTZ, A. (2004): "If it's not Tv, what is it?". En: Noam, E. J. Groebel y D. Gerbarg: *Internet television*. Nueva York: New York University Press.
- NOAM, E. M. (2008): "The economics of user generated content and peer-to-peer: the commons as tee enabler of commerce". En Noam, E. M. y L. M. Pupillo: *Peertopeer video*. Nueva York: Springer.
- TURNER, G. (2001): "Television and cultures studies". En: *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 4(4): 371-384.

Notas

- 1 Estas libertades son: 1-Libertad de acceso a contenidos; 2-Libertad de uso de aplicaciones; 3-Libertad de conectar dispositivos personales y 4-Libertad de obtener información sobre el plan de servicios.

EL MAESTRO CUBANO DE CINE PARA LOS NIÑOS MUERE EN MÉRIDA

Pablo Ramos Rivero, quien fuera el creador y coordinador de la red *El universo audiovisual de la niñez latinoamericana* (Unial), murió el viernes 24 de mayo mientras participaba en el III Festival Internacional de Cine Infantil y Juvenil en Mérida, Venezuela.

Psicólogo de formación, profesor, crítico y especialista en Educación para la Comunicación, Pablo Ramos se destacó durante su amplia trayectoria profesional por ser un tenaz defensor de los derechos de niños y adolescentes. Esta causa lo llevó a desempeñarse como coordinador general, desde 1986, de los encuentros *El universo audiovisual del niño latinoamericano*, celebrados cada diciembre como una de las principales actividades del Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana, en cuyo marco se fundaría, en 1993, la red continental Unial, valorada en la 27ª Conferencia General de la Unesco (París, 1993) como un proyecto de alfabetización y educación para la comunicación fundamentado en el respeto a la creatividad y la expresividad del niño y su identificación con valores que le son propios.

Desde su responsabilidad institucional, Pablo Ramos se distinguió por ser un colaborador muy activo de la Unesco, participando en seminarios y debates que ayudaran a promover el mandato de la Organización en relación con la necesidad de desarrollar una alfabetización mediática en las nuevas generaciones, y de defender la cultura como un vector fundamental para el diálogo y la cohesión social.

Igualmente la Unesco, a través de su oficina en La Habana, ha sostenido históricamente estrechos vínculos con los encuentros dedicados al mundo audiovisual de la infancia y la adolescencia dirigidos por Pablo Ramos, por considerarlo un espacio valioso que durante más de 25 años ha favorecido el intercambio fructífero entre especialistas que promueven altos valores estéticos, culturales y humanos en la realización del audiovisual dedicado a niños y jóvenes. Así, por ejemplo, la red Unial contribuyó a la promoción del proyecto Las cámaras de la diversidad, iniciativa que promueve la creación, promoción y distribución del audiovisual local e indígena en Latinoamérica y el Caribe, así como a la implementación del proyecto Sidacult, red regional de enfoque cultural a la respuesta al VIH/SIDA, a través del desarrollo de actividades y talleres vinculados a la creación audiovisual.

Más recientemente, Pablo Ramos se erigió en un entusiasta colaborador en la promoción



Nota de la Redacción. Conocí a Pablo Ramos en La Habana, el año 1997, ya que era el enlace del Festival del Cine de La Habana con la OCIC (Oficina Católica Internacional de Cine, hoy SIGNIS). Hace un año nos visitó en el Centro Gumilla con motivo de los cursos que dictó en Caracas y nos dejó el último libro coordinado por él. También la revista *Comunicación* recogió algunos de sus primeros aportes, cuyos enlaces los ponemos a disposición, en su memoria

http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM1999106_64-70.pdf

http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblio/texto/COM199695_42-48.pdf

de la campaña Unete para poner fin a la violencia contra las mujeres y las niñas en Cuba, desarrollada como parte de la iniciativa lanzada por el Secretario General de Naciones Unidas en todo el mundo para erradicar este flagelo, al abrir las puertas de los encuentros Unial a esta causa, y facilitar la realización de un panel de intercambio sobre el tema de la violencia contra la niñez en particular, con la participación de expertos en igualdad de género nacionales e internacionales y cineastas vinculados a la temática.

Pablo Ramos nació en La Habana el 8 de agosto de 1951. Fue organizador de diversos proyectos sobre educación para los medios, tales como Génesis (producción multimedia, 1995), Diagnóstico sobre el video popular en América Latina (1996-97) y Géminis (educación comunitaria, 1998), auspiciados por la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (Oclacc), Unesco, Unicef y ONU-SIDA. Sus textos sobre el tema aparecen en variadas publicaciones cubanas y latinoamericanas.

Al conocer la noticia de esta lamentable pérdida, sus colegas de trabajo de la red Unial escribieron: "Lograr que su partida no sea para siempre es un compromiso de todos los que hemos estado vinculados a sus diversos proyectos y que, contagiados con su espíritu incansable, hemos hecho nuestros sus sueños".

En Venezuela la inversión publicitaria creció 16% en 2012

La inversión publicitaria en Venezuela se mantuvo en crecimiento en 2012. De acuerdo con un informe presentado recientemente por la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), en el país se alcanzó un total de mil 321 millones de dólares (8 mil 304 millones de bolívares) el año pasado, lo cual marca un incremento de 16 por ciento frente a los 7 mil 100 millones de bolívares registrados, según la entidad, en 2011.

En este contexto, la televisión se mantuvo como el medio de mayor participación. De acuerdo con la información de ANDA, concentró una inversión total de 433 millones de dólares (2 mil 725 millones de bolívares), lo cual representa 32,8 por ciento de participación. De ese monto, unos 332,3 millones de dólares (2 mil 090 millones de bolívares) correspondieron a la TV abierta (25,1 por ciento del total); unos 81,9 millones de dólares (515 millones de bolívares) fueron para la TV por suscripción; y unos 19 millones de dólares (120 millones de bolívares) se destinaron a la TV regional.

Por su parte, la prensa se ubicó en el segundo lugar entre los medios, con una participación que alcanzó 23,3 por ciento. Según ANDA, la inversión publicitaria allí alcanzó un total de 308,5 millones de dólares (194 millones de bolívares). Por su parte, las acciones en btl quedaron en tercer lugar con una inversión de 153,4 millones de dólares (965 millones de bolívares), y una participación de 11,6 por ciento en el total.

En cuarto puesto quedó la vía pública, que llegó a una inversión de 125 millones de dólares (787 millones de bolívares). De esta manera, registró una participación de 9,5 por ciento del total. En tanto, el quinto escalón correspondió a la radio, con 9,2 por ciento de la inversión publicitaria. Según el informe de ANDA, se alcanzó un total de 120,9 millones de dólares (760 millones de bolívares).

Los medios digitales quedaron en el sexto lugar del listado con una inversión estimada por ANDA en 87,5 millones de dólares (550 millones de bolívares), lo cual representa 6,6 por ciento. Las revistas se ubicaron a continuación, con una inversión de 67,9 millones de dólares (427 millones de bolívares) que representó 5,1 por ciento del total. El listado lo cerró el cine, que llegó a una inversión de 23,9 millones de dólares (150 millones de bolívares).

ANDA-FEVAP

SEIS AÑOS SIN RCTV

A caban de cumplirse seis años de la salida del aire de *RCTV*. Es un tema que estará en el tapete ya que hace poco se anunció la decisión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) de enjuiciar al Estado venezolano ante la Corte Interamericana por este caso. El 27 de mayo de 2007 dejó de existir *RCTV* en la señal de la televisión abierta de Venezuela, y de forma simultánea se produjo la aparición de *TVES*. Difícil no hacer una lectura que parta de estas dos experiencias comunicacionales. Con la salida de *RCTV* la sociedad venezolana, y especialmente los sectores más pobres, perdieron una opción informativa y editorial crítica del Gobierno, una posibilidad de entretenimiento y, sobre todo, perdieron el control sobre la pantalla de televisión. La decisión sobre *RCTV*, que tuvo enormes costos políticos para el Gobierno a nivel interno e internacional, marca un antes y un después en materia de medios, especialmente radioeléctricos.

Si se observa lo ocurrido en estos años, no hay señales de que el Gobierno desee bajarle el tono a la confrontación con los medios; al contrario, parece haber comprendido que el camino no es sacar una señal del aire, tal como hizo con *RCTV*. El camino hacia la hegemonía delineada por el ministro Andrés Izzarra parece explorar otros senderos. Posiblemente *Globovisión* simbolice en este período el nuevo esquema: se trata de una guerra de baja intensidad, con acciones judiciales, tributarias, vociferantes amenazas y negación de acceso a las fuentes oficiales. Cuando se conjugan todos estos elementos el resultado es que sí se mantiene el canal de noticias en el aire, pero pagando un costo elevado por mantener una voz crítica. La venta de este canal refleja cabalmente el éxito de la estrategia oficial. En Venezuela, ejercer la crítica pública, una parte sustantiva de la libertad de expresión, provoca disgusto en las autoridades.

El cese de *RCTV* en la televisión abierta y su exitosa incursión en el cable (hasta enero de 2010), junto al desastre político-comunicacional que ha representado *TVES*, deja al desnudo la incapacidad que tiene el Gobierno venezolano para llevar adelante una propuesta televisiva que se conecte con las mayorías. Es una notable paradoja para una administración que pone un énfasis evidente en lo mediático, y que dice enarbolar las banderas populares.

Los primeros años de *TVES*, por otro lado, demuestran la maniobra política de quienes



eran los principales voceros del Gobierno en esta materia en ese momento: Willian Lara y Jesse Chacón. Se le ofreció al país un canal de servicio público, con altos niveles de calidad y participación. En realidad tenemos una experiencia que hasta es menos vista que *Venezolana de Televisión (VTV)*, que nada tiene de servicio público y que en materia informativa, goza de notable desequilibrio. La finalidad, entonces, no era potenciar la televisión de servicio público. Lo importante era silenciar la voz de *RCTV* y con esa determinación enviar un mensaje al conjunto de medios del país.

El gobierno de Hugo Chávez se ha llenado de medios, especialmente televisivos: creó *Vive*, *ANTV*, *Ávila TV*, *Telesur*, compró lo que era *CMT*, colocó a *TVES* en la señal que ocupaba *RCTV*, repotenció a *VTV* y *Radio Nacional de Venezuela*.

¿Cuál es el resultado efectivo de este proceso?, hay menos diversidad, menos pluralidad, pero no ha significado mayores niveles de audiencia, ni siquiera entre aquellos venezolanos que comparten el proyecto político bolivariano. La gente, sencillamente, se ha rebelado ante la imposición mediática gubernamental y ha optado, en los distintos estratos socioeconómicos, por otras alternativas, distintas a la pantalla roja, rojita. La salida de *RCTV* de la televisión abierta no se debió a razones legales o para encaminarnos a una televisión de calidad. La decisión debe verse en el marco de una estrategia mayor para consolidar un universo mediático gubernamental, que si bien no logra niveles de audiencia importantes, sí representa pérdidas concretas para la pluralidad, para la diversidad de opciones en la TV de la Venezuela actual. A todas luces, es un retroceso democrático lo que se

vive en la pantalla. Pasamos del control comercial que ejercieron otrora *Venevisión* y *RCTV*, a un control gubernamental, con intenciones de hacerse hegemónico.

Finalmente, el caso de *RCTV* debe llamarlos la atención en otro aspecto, también menguante en la vida democrática venezolana. Es un principio universalmente aceptado, la necesidad de que haya una justicia independiente para que se garantice la igualdad y se eviten los abusos de quienes ejercen el poder. El proceso legal que ha acompañado a la salida de *RCTV* de la señal abierta, deja serias dudas sobre nuestro sistema de justicia. Los distintos recursos que presentó la planta se respondieron, en muchas ocasiones, de forma extemporánea por los tribunales, incluyendo el Tribunal Supremo de Justicia. La máxima instancia judicial del país, por otro lado, acogió un amparo de personas que intentaban impedir la salida de *RCTV*, le dieron la vuelta a esos argumentos y los usaron para justificar el nacimiento de *TVES*. Una cabriola jurídica inaudita. Entretanto, los equipos de *RCTV* están en una suerte de préstamo forzoso, sin mecanismos legales para lograr su devolución o bien alcanzar una compensación económica por el uso que la señal de *TVES* hace de los mismos, seis años después. Una muy clara señal de cómo funciona la justicia en Venezuela.

Estos años, tras la salida de *RCTV* de la televisión abierta, ha sido un período de muchos aprendizajes sobre las intenciones oficiales en materia de medios y comunicación.

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

Cuando la gente cambia de canal



El director de cine y actor Orson Welles



Este año se cumplen 75 años de la transmisión radioelétrica de la supuesta invasión de los marcianos a la Tierra, lanzada al aire por la empresa de comunicaciones CBS a las 8:00 pm, el 30 de octubre de 1938. Era una adaptación de *La guerra de los mundos* (1898), de H. G. Wells. Muchos políticos demagogos de todo el mundo han aprovechado este incidente para demonizar medios de comunicación que se exceden y cruzan una línea peligrosa para la sociedad. Y para exigir que sean regulados.

La efemérides resulta apropiada también para darles ánimo a muchos periodistas que perdieron su trabajo en Venezuela por amenazas, por acoso, por autocensura o porque el Gobierno compró medios para limpiarlos de gente incómoda.

El programa de los domingos del Mercury Theatre antes de esa fecha ya había transmitido 16 adaptaciones más: *El conde de Montecristo* había sido memorable. El productor era John Houseman; el director, nada menos que Orson Welles; y la adaptación de ese domingo célebre fue realizada por Howard Koch. El programa se rotuló correctamente en su minuto inicial. Pero muchos oyentes no se enteraron.

De acuerdo con encuestas de la época, el programa dominical de Mercury Theatre convocaba a 4% del público de radio, mientras 35% de la audiencia prefería un programa cómico del ventrílocuo Edgar Bergen y su muñeco Charlie McCarthy, en otro canal.

Pero esas encuestas no valoraban que, cuando el humor bajaba de tono, el público cam-

biaba de dial para conocer lo que ocurría en las otras bandas. A las 8:12 de esa noche, el programa de Bergen/McCarthy realizó un intervalo para incluir a un cantante poco conocido. El desliz fue fatal.

Quienes se movieron hacia CBS descubrieron la alarma marciana en su furor mesiánico, y, como bien apunta Homero Alsina Thevenet, debieron creerla porque escaparon de sus casas, rezaron e intentaron suicidarse. Esa noche “los habitantes de las ciudades querían refugiarse en las montañas, mientras que los de las montañas corrían a protegerse en las ciudades”.

Demasiados talentos transfiguraron una dramatización más en una realidad desesperada. El dominio del ritmo y la pausa de Orson Welles; la inclusión de frases musicales tranquilizantes; la voz idéntica a la del presidente Roosevelt; la recreación de un testigo que observa los hechos en vivo, tal cual como ocurrió cuando el dirigible Hindenberg explotó frente costas estadounidenses en 1937.

Sobre el Mercury Theatre cayeron múltiples juicios por daños morales y materiales, pero el contrato de la CBS exoneraba al grupo de toda responsabilidad legal. Los anuncios realizados al principio y al final eran correctos y no dejaban lugar a dudas. El único reclamo atendido fue el de un campesino que gastó 3,25 dólares en un boleto de autobús para huir.

Había ahorrado esa suma para comprarse zapatos. Los quería negros, 9B. Así se los enviaron. Hollywood se llevó a Houseman, a Koch, a

Welles (23 años) y a todo el elenco del Mercury. Los resultados de captar semejante talento fueron dos películas notables para la historia del cine: *Ciudadano Kane* y *Casablanca*.

No hubo acciones legales contra CBS. No procedían: el canal había advertido en la introducción y en el cierre que se trataba de una simulación, realizada por profesionales del teatro. Nadie tenía la culpa de que fueran muy buenos.

La mejor manera de castigar la improvisación, la falta de verificación de los hechos y el manejo irresponsable de la información que difunden los medios, está en poder de las audiencias, que todos los días leen periódicos y revistas, encienden el televisor, sintonizan la radio o navegan por Internet. Ellos pueden mantener viva una noticia o simplemente ignorarla.

Son las mismas audiencias que un día se cansan de la intolerancia, la corrupción, las mentiras gubernamentales, la ineficiencia administrativa, y así como cambian de canal o de periódico, un día inexplicablemente le dicen adiós a un Estado que se parece demasiado a una película de mafiosos dirigida por un Tarrantino chapucero.

Y de repente todo lo que parecía inamovible y eterno se convierte en un mal recuerdo en la memoria viva del continente. Como diría sabiamente Tomás Eloy Martínez, los seres humanos se pasan la vida buscando lo que ya han encontrado. ¿Me equivoco?

SERGIO DAHBAR / EL NACIONAL

En el Nro. 161 de la revista *Comunicación*, publicado en el primer trimestre de 2013, Antonio López Ortega señalaba que “en los años 90, la FIA de Caracas fue la cita obligada del arte continental: artistas, galeristas, coleccionistas y museos se daban cita en una dinámica de valoración, crítica e intercambio... Veinte años después, la FIA nuestra parece cada vez más un remedo de lo que fue”.

Opiniones similares a las de López Ortega ponían en duda la continuidad de la feria de arte más antigua y destacada en Venezuela. Dificultades para la obtención de divisas, inestabilidad política, ausencia de grandes patrocinantes y mucha cautela por parte de las galerías nacionales e internacionales desdibujaban en el panorama, a inicios de este año, la posibilidad de una edición número XXII, de la Feria Iberoamericana de Arte de Caracas.

A pesar de todos los pronósticos la FIA inauguró el pasado 27 de junio 2013, logrando reunir en los espacios del Hotel Intercontinental Tamanaco, 35 galerías en las que se podían encontrar obras de Armando Reverón, Jesús Soto, Mateo Manaure, Oswaldo Vigas, Fernando Botero, Manolo Valdés, Alexander Vergel, Víctor Lucena, Rafael Barrios, Lía Bermúdez, Alirio Palacios, Carmelo Niño, Omar Carreño y Alejandro Otero, entre otros maestros de la abstracción geométrica y el cinetismo.

Galerías de Estados Unidos, España, Colombia, Argentina y Venezuela también presentaron piezas de pop art y propuestas contemporáneas como las de Vicent Poole, Laurence Jenkell y el artista chino del camuflaje Liu Bolin.

Sin embargo, no ha sido la cantidad de galerías y la variedad de obras lo más sorprendente y aplaudido de esta vigesimosegunda edición de FIA; en su lugar, ha sido su capacidad para convocar y abrir diversos espacios al arte lo que más ha llamado la atención de medios, críticos, curadores, artistas y especialmente de una audiencia que no necesariamente es cercana a las ferias de arte o a las exposiciones en galerías. Propuestas como el XVI Salón de Jóvenes con FIA, el VIII Encuentro de Fotografía FotoFIA, el Salón de arte digital FIA 2.0 y el proyecto Pedagogías Sensibles han reunido una gran cantidad de propuestas artísticas que no necesariamente tienen cabida en los espacios tradicionales y comerciales.

En el caso de Fia 2.0, la iniciativa que arriba este año a su segunda edición ya fue seleccionada por la Fundación Getty para ser presentada en el Congreso Internacional de la Asociación de Críticos de Arte en Bratislava, por su al-

FIA 2013

Arte más allá de las limitaciones



cance e innovación como proyecto para la difusión de las artes en el continente.

Por su parte Pedagogías Sensibles, proyecto que busca acercar el arte a las comunidades y espacios públicos de la ciudad, arriba a su segundo año con las intervenciones artísticas de Marylee Coll, María Virginia Pineda y Carlos Eduardo Meneses en tres escuelas del Municipio Baruta.

El objetivo de este proyecto es explorar las posibilidades del arte como herramienta para la formación pedagógica. Es por ello que desde su primera edición, en la que participaron los artistas Asdrúbal Colmenárez, Julio Pacheco Rivas y Pedro Morales, ha contado con el apoyo

de la Fundación TAAP, institución que se ha encargado de dictar talleres de arte, convivencia y desarrollo del pensamiento a los estudiantes y docentes de las escuelas participantes para lograr la integración del arte y la comunidad.

Hasta la fecha, Pedagogías Sensibles, bajo la coordinación de Gerardo Zavarce, ha beneficiado a seis escuelas, más de trescientos estudiantes y cincuenta docentes. Y este año contó con la participación especial del artista argentino Claudio Gallina, quien dictó un taller de escultura para niños de la escuela Monseñor Lucas Castillo en Baruta.

Annie Leibovitz:

Segunda mujer ganadora del Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades

A la distinguida fotógrafa estadounidense Annie Leibovitz le fue otorgado el premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades de este año 2013. Conocida por su trabajo en grandes revistas como *Vanity Fair*, *Rolling Stone* y *Vogue*, está considerada la fotógrafa viva más importante del momento y la mejor pagada. Nacida en Connecticut en 1949, es la segunda mujer que recibe el premio en esta categoría desde que se creó en 1981, después de la filósofa y ensayista malagueña María Zambrano.

Los otros candidatos que quedaron como finalistas fueron la agencia de fotografía Magnum, fundada en 1947 con el objetivo de mostrar la idiosincrasia del reportero pero conservando su propia mirada y personalidad, y la periodista inglesa Christiane Amanpour que ha desarrollado su carrera como presentadora y reportera en el ámbito de la televisión, especialmente para *CNN* y *ABC News*. Las razones por las cuales Leibovitz fue premiada se exponen en el acta del jurado:

La estadounidense Annie Leibovitz ha sido una de las dinamizadoras del fotoperiodismo mundial y es una de las fotógrafas más respetadas en Europa y América. Tras



una etapa como reportera que finalizó en la Guerra del Líbano, ha firmado decenas de portadas de las revistas más prestigiosas y se ha consagrado con instantáneas y retratos que reflejan una época de la política, la litera-

tura, el cine, la música y el deporte a través de sus protagonistas.

Su reconocida obra gráfica retrata de manera única y especial a iconos como Mick Jagger, Michael Jackson, Bob Dylan, John Lennon o Bruce Springsteen, a los que retrató para algunas de las portadas de revistas más emblemáticas. Precisamente de Lennon tomó la que sería su última fotografía vivo, horas antes de que fuera asesinado el 8 de diciembre de 1980. En ella el cantante aparece desnudo abrazando a Yoko Ono en la cama, y fue la portada de *Rolling Stone* en enero de 1981.

Pero no solo ha retratado celebridades, sino además Leibovitz ha estado en la primera línea de algunos de los conflictos bélicos más graves, como la Guerra del Líbano o la Guerra de los Balcanes; ha capturado con su cámara a los líderes políticos más importantes del siglo XX, como a los presidentes estadounidenses Richard Nixon en el momento que se disponía a abandonar la Casa Blanca, George W. Bush con su Gabinete meses después del atentado terrorista del 11-S y Barack Obama junto a su familia, también a la reina Isabel II de Inglaterra, la primera dama Hillary Clinton, entre otros.

Caen cifras de publicaciones científicas venezolanas

Las publicaciones científicas de los investigadores venezolanos han sufrido un descenso sostenido desde 2008, asegura un análisis de la producción científica de las principales universidades venezolanas y el Instituto Venezolano de Investigaciones Científicas (IVIC).

El estudio realizado por Ismaro Bonalde, investigador del IVIC, consideró los artículos científicos arbitrados y contabilizados desde 1982 en la *Web of Science*, servicio que incluye las principales bases de datos mundiales de publicaciones de investigación.

“El informe revisa y compara la producción científica de cada institución. También analiza la producción científica en función del número de profesores o investigadores a dedicación exclusiva”, explica Bonalde a *Sci-Dev.Net*.

El documento se publicó el pasado 10 de mayo en la página web del Grupo Bonalde y revela que entre 2000 y 2008 la producción científica experimentó un aumento considerable. Los científicos venezolanos llegaron a publicar hasta mil 700 artículos por año. Sin embargo, a partir de 2009 los números caen dramáticamente hasta alcanzar cerca de mil publicaciones en 2012, la cifra más baja desde 1996.

Bonalde atribuye este retroceso a razones de inversión: “Los recursos financieros que maneja el Gobierno, mayoritariamente provenientes de la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación modificada en 2010, no son inyectados en su gran mayoría al sector científico. Hasta antes del año 2008 tuvimos financiamientos del Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación”.

La puesta en marcha, en 2010, del Programa de estímulo a la innovación e investigación (PEII) también pudo haber influido en el descenso. Este programa exigió a los científicos venezolanos publicar menos en revistas internacionales y más en revistas locales, para ser considerados dentro del plan de financiamiento anual.

“El PEII cambia la concepción de la actividad científica y tecnológica. Anteriormente todo se basaba en parámetros muy conservadores y tradicionales, como el número de artículos publicados en revistas internacionales y el número de patentes”, expresó a la Agencia Venezolana de Noticias (13 de mayo) el viceministro para el Fortalecimiento de la Ciencia y Tecnología, Guillermo Barreto.

A esta situación se añade la merma de personal calificado para la investigación.

Fue pareja de la escritora y ensayista Susan Sontag (quien también recibió el premio Príncipe de Asturias de las Letras en 2003, junto a Fátima Mernissi) hasta el día de su muerte en 2004. Moviada por este acontecimiento, realizó una gran exposición retrospectiva sobre su carrera llamada *Vida de una fotógrafa: 1990-2005*, en la que se exponían sus imágenes más íntimas, entre ellas las que hizo de su pareja.

A principios del año 2000 empezó a trabajar con Grace Coddington, el director creativo de *Vogue*, para producir el “Storybook Portfolios” algo que se ha vuelto muy popular en la revista ya que plasma, al estilo característico de Leibovitz, historias clásicas como *Alicia en el país de las maravillas* o *El mago de Oz*, otorgando los papeles de los personajes a grandes figuras de la industria —modelos, actores y diseñadores—. Siguiendo la misma línea, a partir de 2007, para los parques de atracciones de Disney, recrea escenas de los cuentos de hadas más famosos, con celebridades tales como: Scarlet Johansson como Cenicienta; Roger Federer como Rey Arturo; Taylor Swift como Rapunzel; Jennifer Lopez y Marc Anthony como Jasmine y Aladdin; Whoopi Goldberg como el Genio; Mikhail Baryshnikov, Tina Fey, Russell Brand como Peter Pan, Campanita y Capitán Garfio; Julianne Moore y Queen Latifah como Ariel y Úrsula; Penélope Cruz y Jeff Bridges como la Bella y la Bestia, entre otros.

GUILLERMO BISBAL

Según Bonalde, muchos de los mejores investigadores del país han emigrado y otros se han jubilado. “La nueva generación de profesores investigadores tiene muchas dificultades económicas para iniciar sus carreras científicas. Bajo las condiciones actuales no es muy atractivo hacer ciencia en Venezuela”.

Gioconda San Blas, vicepresidenta de la Academia de Ciencias Físicas, Matemáticas y Naturales de Venezuela, lamenta la situación y critica la posición del viceministro en su declaración a *SciDev.Net*. “Ya dirán las autoridades que la merma no importa porque publicar en revistas internacionales es señal de colonialismo. Muy al contrario, un país se hace visible científicamente si sus productos de investigación son valorados por la comunidad científica internacional. Cualquier otra cosa es tener una visión parroquial del mundo actual”.

El premio nacional

Hugo Chávez ganó el Premio Nacional de Periodismo. Así titularon en primera página el pasado 6 de junio los diarios oficialistas que, ya sean privados o de instituciones públicas, son cada vez más numerosos y para atraer lectores a la fuerza circulan gratuitamente o con precios insignificantes que no pagan siquiera el costo del papel. Claro, son medios subsidiados con el dinero de todos para funcionar como aparatos proselitistas del proyecto político de unos pocos.

Para los millones de ciudadanos que no participamos del culto, que el recién bautizado Comandante eterno gane ese premio es una decisión difícil de digerir. Puede uno sentirse tentado a creer que se trata de un acto de cinismo mayor, un ataque descomunal de sectarismo fanático o ponerse sociológico y comprensivo e interpretarlo como una alucinación cuasirreligiosa o, en el mejor caso, como un acto de fe revelada de parte del jurado que lo decidió.

Porque otorgarle el premio a alguien que no ejerció el periodismo, no estuvo asociado a la investigación o la docencia de la comunicación, ni fue empresario o directivo de algún medio, no importa que el personaje esté vivo o haya muerto y siga vivo, es de por sí un disparate, un acto de arbitrariedad mayor y una manera de degradar aún más un reconocimiento que ya es visto por la inmensa mayoría del gremio como el Premio Nacional de Periodismo Oficialista.

Pero, además, entregárselo —aunque haya sido decidido como galardón extraordinario— a un gobernante que confrontó abiertamente el ejercicio del periodismo libre; que insultó públicamente y descalificó sin piedad a periodistas venezolanos y extranjeros cuando le hacían preguntas incómodas; que validó con su silencio los centenares de ataques intimidatorios y agresiones físicas contra profesionales del área, rigurosamente registrados en los informes anuales de ONG como Provea, Espacio Público, Reporteros sin Fronteras o el IPYS, y dramáticamente relatados en libros como *Periodistas en la mira* de Petruvska Simme; un hombre que violó de manera sistemática y flagrante la libertad de comunicación de los ciudadanos comunes a través del uso caprichoso, arbitrario y ventajista de las cadenas radioeléctricas, hecho descrito con rigurosidad en el libro *La presidencia mediática* del periodista Andrés Cañizález; que con el pretexto del fin de la concesión ordenó el cierre de un canal televisivo privado y



María Gabriela Chávez recibiendo el premio otorgado a Hugo Chávez

vivió sus últimos años amenazando con hacer lo mismo con los que sobrevivieron si “no se portaban bien”; que auspició y celebró el ejercicio pervertido, sesgado y degradante del oficio a través del apoyo incondicional a Mario Silva y su programa “La Hojilla”; entregarle el Premio Nacional de Periodismo a una persona con este prontuario es por lo menos cometer una gran injusticia y una burla —un desplante provocador— a los miles de profesionales del periodismo y ciudadanos comunes víctimas de estos desafueros.

Es cierto que la historia de Venezuela ha estado plagada de gestos alucinados, cursis o patéticos, siempre asociados al culto mítico, la alabanza o la adulancia a hombres y mujeres de poder. Desde las damas del siglo XIX que hacían retratos con los cabellos cortados a próceres de la Independencia, reseñados con fina ironía por Roldan Esteva Grillet en su libro *Desnudos no por favor*; pasando por los legendarios discursos del padre Borges alabando las cualidades intelectuales del tirano Juan Vicente Gómez, o los generales que acompañaban los desplantes de Blanca Ibáñez, la amante del presidente de entonces, ataviada de uniforme militar dirigiendo operaciones de socorro.

Uno esperaba que en el siglo XXI entráramos en otro ciclo de la cultura política que le dijera adiós a tanto atavismo. Pero no fue así. Hay que prepararse. Ya vendrán por allí el Premio Nacional de Cultura, por sus aportes a la música popular. O el de Ciencia, por su capacidad para divulgar desde *Aló, Presidente* los adelantos tecnológicos de los tractores iraníes. Ya vendrán.

TULIO HERNÁNDEZ

Las tramas de la política venezolana

MARCELINO BISBAL (editor-coordinador)

La Política y sus tramas.

Miradas desde la Venezuela del presente

Colección Visión Venezuela,
Ediciones de la UCAB, 2013.

Leer *La Política y sus tramas. Miradas desde la Venezuela del presente* (Ed. Marcelino Bisbal; Colección Visión Venezuela, Ediciones de la UCAB, 2013) es toparse con Jano bifronte: por una parte, a pocos meses de la desaparición física de Hugo Chávez, mirar ese pasado reciente que ya nos luce tan remoto; al mismo tiempo, ubicarse en el presente y el futuro, sintiendo que esa figura aún modela mucho de nuestro acontecer como país.

El libro es producto del seminario *La política venezolana y la construcción de mayorías más allá de lo electoral* (UCAB, 13 y 14 de noviembre de 2012), a posteriori de la última elección presidencial que Chávez ganara el 7 de octubre. De manera que el texto no plantea las consecuencias de los sucesos que gravitan sobre el país desde que el 8 de diciembre de 2012 el presidente se dirigiera a la nación por última vez y el 5 de marzo de 2013, cuando fue anunciado su deceso. Mucho menos se aborda la vorágine subsiguiente. Por eso el libro, siendo reciente, se lee en clave de pasado, aunque con reflexiones útiles para el devenir político venezolano actual. Como menciona el editor en su prólogo: "...en este libro... hallará pistas para que cada uno dé su propia respuesta y hasta su propia interpretación de lo que pasó y está por venir"

En veinticuatro capítulos, los especialistas invitados abordan variados temas sociales, políticos y electorales. Ellos escriben desde la oposición. La figura de Hugo Chávez y la proyección del chavismo en la vida nacional son analizadas desde diversos ángulos. Pero también las insuficiencias o errores de los factores opositores en su lucha por la conquista del poder son objeto de reflexión.

Se nos reiteran pruebas sobre las libertades cercenadas, las presiones sobre los medios de comunicación, la criminalización de la protesta, el afán totalitario. Por otro lado, se intentan comprender las razones de la alta popularidad de Chávez, a pesar de los desastrosos resultados de gestión a lo largo de catorce años. Se nos dice que la era de Chávez se caracterizó por mostrar la realidad de los venezolanos olvidados por sus élites: él los reconoció y les dio

significado a sus vidas, prometiendo vengarlos y recuperar el igualitarismo omnipresente en nuestra historia (p. 81). Las misiones le dan forma a esa aspiración y a la vez generan una relación clientelar entre el Gobierno y el elector para instalar una sociedad totalitaria en un engañoso juego electoral *democrático*, sociedad en la que todo debe subordinarse a la ideología pseudo-socialista del partido oficialista. Esto al modo de Walter Ulbricht, líder del Partido Comunista de Alemania del Este en 1945: "Debe lucir democrático, pero debemos tener todo bajo control".

El libro, orientado más hacia lo electoral, no se detiene con detalle en lo ideológico. Se nos habla de dos vértices básicos en el discurso: uno histórico-nacionalista-bolivariano y otro redentorista-cristiano-socialista, ninguno de los cuales se corresponde palabra por palabra a la base teórica de la que proviene, con apropiaciones particulares de catolicismo popular y marxismo (p. 143). El gobierno comunal propiciado por el Gobierno como parte de ese discurso, incentiva la participación política de comunidades desarrollando archipiélagos cuyo único vínculo asociativo es la dependencia material e ideológica con el Gobierno o el partido de gobierno, en una estrategia de fragmentación de la sociedad para su mejor control (p. 91). Divide y vencerás es la divisa.

Como quiera que en política la percepción vale más que la realidad, la oposición necesita revertir esa percepción de gestión exitosa presidencial que subsiste en la mitad de la población. Para que eso ocurra debemos hacer más que contemplar pasivamente el eventual derrumbe de un sistema por sus propios errores. La oposición en estos años ha descuidado la lucha social, el trabajo de base en los barrios, incapaz de capitalizar los descontentos en esos sectores (p. 191). Una cita de Luis García Mora (p. 173) resume, a mi juicio, parte de nuestra tragedia como opositores:

... todo lo ocurrido se ha producido por la ausencia de una política opositora en el terreno de los excluidos. En ellos se ha centrado la política del oficialis-



mo, capitalizando el empoderamiento social y su estímulo, llevándolo más allá de lo posible, precisamente porque no ha habido una oposición que tenga una oferta política para los sectores populares mayoritarios. Ya no se puede tener liderazgo político sin un liderazgo social.

Tan cierto es que cuando se analizan las variables sociodemográficas en función de las votaciones (p. 102 y siguientes), se concluye que las entidades federales en las que Chávez se ubica con porcentajes por encima del 59% pertenecen al grupo con

menor desarrollo humano en el país, en 124 municipios, mientras que aquellas donde la oposición registra porcentajes por encima de 41% se encuentran en el grupo de desarrollo humano alto, en 19 municipios, en una evidente asociación entre pobreza y votación favorable a Chávez. Llegados a este punto, me asalta el inquietante pensamiento de que para el régimen es importante mantener a la población en los grupos de desarrollo humano bajo, en estado de pobreza, a fin de garantizar su perpetuación en el poder.

La intromisión de la religión (lo privado) en la política venezolana (lo público) del siglo XXI, a contravía del progreso y la modernidad, es también analizada. Desde el siglo XIX, el Estado venezolano ha sido laico por obra de las acciones que en ese sentido ejecutó Antonio Guzmán Blanco y a las cuales se apegaron todos los presidentes subsiguientes. Hete ahora que en pleno siglo XXI, tenemos por una parte un Chávez sincretista religioso a conveniencia, mezclando elementos del marxismo, catolicismo popular, evangelismo, brujería, religiones populares y teología de la liberación para acaparar el imaginario de sus seguidores. Y por otra, un líder opositor (Henrique Capriles Radonski) que va construyendo su carisma con fe mariana, inserta en la religión católica tradicional. Con un dejo de ironía, Arturo Peraza, s.j., nos informa que "la Virgen es de oposición y Jesús, chavista" (p. 164).

Esto y mucho más hay en *La Política y sus tramas* un libro que nos nutre de ideas para el debate en esta convulsionada sociedad en la que nos ha tocado vivir.

GIOCONDA SAN BLAS

Entre libros y mensajes audiovisuales y electrónicos

Lo más probable, dicen algunos, es que dentro de pocos años desaparezcan las publicaciones impresas. No, no desaparecerán, dicen otros, hoy más que nunca se imprimen nuevos libros y salen a la luz nuevas revistas-no-electrónicas, por así decirlo. Si me preguntaran qué pienso acerca del destino de las publicaciones diría, haciendo gala de esa ignorancia que tanto me caracteriza, que no lo sé. No tengo idea de qué terminaremos leyendo en unos diez o veinte años, si seguiremos sosteniendo el papel en nuestras manos, a la hora de leer, o si sostendremos un iPod –iPad, iPad, iPad y sus secuelas– o algún otro aparato novedoso.

Lo que sí sabemos es que la tecnología nos ha cambiado a todos, no solo a la industria editorial. Para cierto grupo, la vida se hace más fácil; para otros, los menos diestros, se hace más difícil. Nos ha cambiado como estudiantes –disponemos de más herramientas y más distracciones para hacer la tarea–, como ciudadanos, espectadores, lectores e internautas. Más que eso, hemos mutado, hemos dejado de ser una cosa para pasar a ser la otra –y viceversa– ya no somos simples lectores *borgeanos*, librecos; ni simples espectadores de obras de arte, películas o videos. Hoy somos también internautas: esa extraña especie que lee, aprecia e interactúa, todo a la vez.

Así, las líneas del párrafo anterior muestran *grosso modo* la tesis principal que Néstor García Canclini quiere dar a conocer en *Lectores, espectadores e internautas*: cómo el individuo y las colectividades cambian sus dinámicas de desenvolvimiento cultural gracias a la tecnología.

García Canclini presenta el libro como una asamblea de fragmentos (p. 131). No es un libro capitulado, ni con un orden progresivo de ideas; el orden es alfabético y el lector puede ir de un fragmento a otro sin necesidad de haber leído el anterior. Es un pequeño diccionario que no nos arroja definiciones, sino ideas generales en torno a la palabra que abre el fragmento. Desde apertura y asombro, hasta zapping, el autor de *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo* (2002) nos acerca, con ejemplos cotidianos, a una visión no solo de la cultura misma, sino de los estudios culturales.

NÉSTOR GARCÍA CANCLINI
Lectores, espectadores e internautas
Editorial Gedisa,
colección visión 3x.
España, 2011



Es clara la tendencia de García Canclini de mostrar una visión de la actualidad que nos enseña que estamos en un tiempo donde todo es nuevo: “nuevas maneras de ser, nuevas cadenas de valores y nuevas sensibilidades sobre el tiempo, el espacio y los acontecimientos culturales” (p. 77).

Una visión donde la cultura popular se mezcla con la *alta cultura* para formar una sola, donde no existe más aquello que Andreas Huyssen llamó la *gran división*. Una visión posmoderna donde “toda enciclopedia, todo orden clasificatorio, se muestra cuestionable” (p. 19).

Desde *Culturas híbridas* (1990), la posición de García Canclini ha sido la de demostrar los aspectos amables de la *hibridación*. En *Lectores, espectadores e internautas* el ejercicio se repite. No solo es apreciar el cambio que la tecnología produce en las formas de ser una cosa y otra, se trata de observar sus *beneficios*: “Se multiplican las voces y se flexibiliza el orden sin devoción hacia los expertos o hacia una cultura dominante” (p. 20), “ser internauta supone más acción: mirar y leer, y también contestar correos y buscar información” (p. 63), “ser internauta aumenta, para millones de personas, la posibilidad de ser lectores y espectadores” (p. 78). Se trata además de minimizar, para aquellos *modernistas* que rasgan sus vestiduras ante las tendencias posmodernas, las consecuencias del proceso: “No hay por qué dolerse de que la exuberancia de datos y la mezcla de lenguajes hayan arruinado un orden o un suelo común que solo era para pocos” (p. 21), “también se aprende a leer y a ser espectador siendo televidente e internauta” (p. 35).

En la obra de García Canclini hay que apreciar también la *hibridación* de las formas

de *aprehender* la cultura en una época donde las industrias que alguna vez fueron autónomas hoy son una sola: “la integración de radio, televisión, música, noticias, libros, revistas e internet” (p. 49). La fusión de las industrias preocupa al autor, porque si bien permite una mayor integración de los ámbitos culturales, con el detrimento de la autonomía viene en algunos casos el de la calidad: “los nuevos dueños exigen al mundo editorial libros que den tasas de ganancia

semejantes a sus negocios en televisión [...] editores que no saben leer, sino que saben contar” (p. 29), le preocupan las obras literarias producto no del talento, sino de la demanda, “de lectores previstos por las encuestas y el *marketing*” (p. 113).

Otro aspecto, aunque menguado por los anteriores, que se deja ver en la obra, es la intención del autor de acercarse a la reflexión de las políticas culturales en la era digital. Pequeños destellos a lo largo del texto, un par de conclusiones al respecto: “la educación y la formación de lectores y espectadores críticos suelen frustrarse por la persistencia de desigualdades económicas y también porque las políticas culturales se repliegan en una escena pre digital” (p. 24) y, además, plantea una pregunta vital: “¿Por qué las campañas para promover la lectura se hacen solo con libros?” (p. 80)

Así, la última obra de García Canclini se muestra entusiasta, sin caer en alabanzas religiosas o apologías dogmáticas, con los cambios tecnológicos y culturales que la era de la *modernidad líquida* trae consigo. Un libro de fácil lectura y digestión, que ayudará a los lectores –espectadores e internautas– a reflexionar en torno a los temas aquí señalados.

DANIEL TOVAR

SIMÓN ALBERTO CONSALVI Y SU ENIGMA

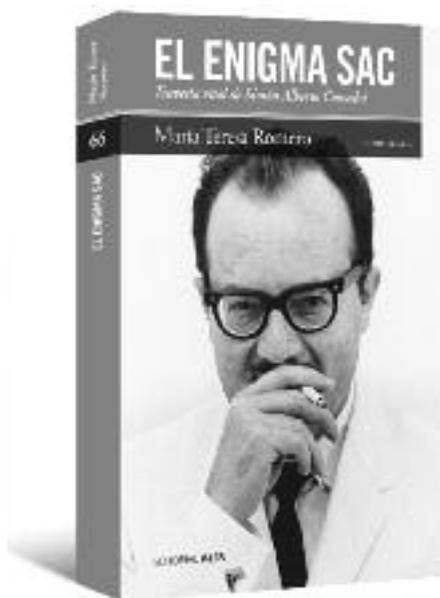
¡Doctora! Cuándo piensa usted reportarse en su embajada. Aquí la estamos esperando.

Esas fueron las palabras que escuché de Simón Alberto Consalvi la primera vez que hablé con él. Fue en Washington, en 1992, cuando era embajador de Venezuela en los Estados Unidos. Ese año tuve el extraordinario privilegio de obtener una beca de investigación de la Fundación Fullbright para investigar en la Biblioteca del Congreso. El primer día, al llegar a la División Hispánica de la biblioteca, me recibieron con una inesperada noticia: de la Embajada de Venezuela habían llamado solicitando que, cuando estuviese allí, por favor hiciese contacto con la oficina del embajador. Inmediatamente pensé que algo malo había pasado, que habría algún problema o que algún trastorno impredecible estaba a punto de presentarse. Aterrada, pedí prestado el teléfono y llamé al instante. Cuál no sería mi sorpresa cuando, con la mayor tranquilidad, la secretaria me dijo: un momento que el embajador quiere hablar con Ud.:

—Doctora! Cuándo piensa usted reportarse en su embajada. Aquí la estamos esperando.

Después de escuchar este cordialísimo saludo de bienvenida, supe que tendría un interlocutor de lujo, un amigo, un aliado muy especial. Y así fue.

Ese mismo día, al terminar la jornada, estaba yo, sentada, con el Dr. Consalvi, hablando de Historia. Sus preguntas, su curiosidad, su interés fueron absolutamente cercanos, sin barreras, sin distancias, sin jerarquías. Instalado en su sillón, diáfano, sencillo, elocuente, como si nos conociéramos de toda la vida. Su confianza, su apoyo, su generosidad sin par, convirtieron mi estadía en Washington en una travesía repleta de enseñanzas y de insólitas experiencias. Esta misma riqueza, esta misma fuerza se mantuvo sin variaciones durante todos los años de fructífera y gratificante



amistad que siguieron a aquel primer encuentro.

A María Teresa Romero la conozco de toda la vida. Es mi amiga desde los años del colegio y, por esos premios que le ofrece a uno la vida, tengo la extraordinaria oportunidad de prologar este libro en el cual está recogida la vida de Simón Alberto Consalvi, por quien sentí siempre una enorme admiración, un profundo respeto y un inmenso cariño, escrita por María Teresa Romero con quien he compartido el formidable placer que representa entregarse con pasión y dedicación a disfrutar cada proyecto, cada invento por muy extravagante que pudiese parecer.

En este libro, además, se reúnen la voluntad indoblegable de Simón Alberto de conservar el testimonio gráfico y escrito de su vida, con la constancia y el empeño de María Teresa

MARIA TERESA ROMERO
El Enigma SAC

Editorial Alfa
Venezuela, 2013

de estudiar minuciosamente este inmenso volumen de información para convertirlo en un emotivo y sólido ensayo biográfico.

El archivo de Consalvi resulta inverosímil —como diría él mismo— por la diversidad, por la calidad, por la relevancia indiscutible de la documentación que allí se encuentra y por la perseverancia de un hombre singular que, en medio de sus responsabilidades políticas, de sus múltiples compromisos y de sus ambiciosos proyectos estuvo pendiente, en todo momento, de guardar cartas, informes, discursos, periódicos, revistas, fotos, poemas, versos, esquelas, caricaturas y mucho más.

Allí, en ese archivo, está la impresionante trayectoria política e intelectual de Simón Alberto Consalvi, conservada por él mismo. Demostración elocuente de su conciencia de hombre público y de su pasión por la Historia.

Este volumen enorme de documentación es el fundamento primordial del libro que escribió María Teresa. Sin embargo, ni los archivos ni los papeles hablan solos. Se necesita acuciosidad, disciplina, orden, sistematicidad y muchísimas horas de trabajo para que un archivo revele sus secretos, para que lo que está allí tenga orden, coherencia, resultados. Y, tratándose de un archivo personal, se necesita también que haya de parte y parte una enorme confianza y un profundo respeto.

No es casual que la primera persona que tuvo entre sus manos el archivo personal de Simón Alberto Consalvi, con la finalidad de permitirle revelar la valiosísima información que allí reposa, haya sido María Teresa Romero. Entre ambos hubo una estrecha amis-



tad de muchos años, un sólido intercambio intelectual, interminables conversaciones, empatía, diferencias y, sobre todo, confianza y respeto.

Desde el momento en que acordaron iniciar este proyecto, Simón puso a disposición de María Teresa la totalidad de sus papeles, sin reservas, sin reparos, transparente, confiado.

Durante más de cinco años, estuvo María Teresita sepultada entre los papeles de Simón, revisando, organizando, sorprendida, preocupada, impresionada, inquieta, satisfecha. Con una entereza y una perseverancia solo comparables a su terquedad y a su indoblegable fortaleza, a pesar de la rinitis que no la desampara desde que la conozco.

El trabajo de revisión de esa inmensa masa de información fue titánico. No había índices, tampoco una organización sistemática, se trataba de numerosas cajas de documentos, muchos de ellos sin un trabajo previo de clasificación temático o cronológico. Nada de esto amilanó a María Teresa, todo lo contrario, se convirtió en un motivo permanente de interés y de insaciable curiosidad.

La revisión del archivo se vio acompañada de largas conversaciones con el dueño de los papeles, para verificar datos, completar vacíos, conocer opiniones, despejar misterios y profundizar en la comprensión de su vida y de su entorno familiar, afectivo y político. También la acuciosidad de la autora la llevó a realizar muchas otras entrevistas a sus familiares, a sus grandes amigos, a sus colaboradores

más cercanos. También se leyó los libros, los ensayos, la obra completa de SAC.

Así de perseverante es y ha sido María Teresa desde que la conocí en los pasillos del San José de Tarbes de La Florida. Estudiamos juntas todo bachillerato, aunque María Teresa se fue por Humanidades y yo por Ciencias. Cuando se casó y se fue de Venezuela, justo al salir del colegio, seguimos en contacto. Pude compartir con ella la maravillosa emoción del nacimiento de Daniel, su primer hijo y después, la alegría suprema de ser mamá por segunda vez, al nacer Eli. A su regreso, estuvimos cerca y felices mientras estudiábamos en la UCV, ella Comunicación Social y yo Historia. Ya graduada, María Teresa se fue a Pittsburgh a hacer un postgrado y, mientras estuvo allá, seguimos hermanadas, igual cuando volvió: en los logros, traspies, éxitos, emociones, desengaños y alegrías de cada una. Tenemos millones de historias que hemos vivido juntas, muertas de risa, cómplices. No recuerdo ningún desencuentro, ninguna discordia, ningún altercado. Pocas veces tiene uno la dicha de mantener una amistad ininterrumpida durante tanto tiempo.

Esta proximidad me permitió compartir y vivir muy de cerca su crecimiento y consolidación profesional. Me he leído sus libros y muchos de sus artículos, la he escuchado por radio, por televisión, en conferencias, dictando clases, exponiendo sus ideas, defendiendo sus pareceres y haciendo valer su opinión, siempre, con seguridad y firmeza.

La investigación realizada por María Teresa sintetiza su biografía intelectual. Aquí confluyen sus destrezas como periodista, su formación en ciencias políticas y su experiencia en el conocimiento de la política exterior de Venezuela. Resulta pues absolutamente coherente con este recorrido, que la primera versión de esta investigación haya sido el trabajo que María Teresa defendió en la UCV para ascender a la categoría de profesora Titular, el más alto escalafón de la carrera universitaria, en el 2008. Desde entonces ha estado dándole vueltas, corrigiendo, incluyendo nuevos elementos, haciendo ajustes, pensando en enriquecerlo con las incansables andanzas e inventos de SAC. La ausencia definitiva de Simón Alberto Consalvi se impuso a sus designios. Los últimos añadidos y retoques los hizo en medio de la incredulidad y el dolor que le ocasionó y nos ocasionó su despedida.

El resultado de este largo y comprometido esfuerzo es este libro. Una biografía íntima, cercana, donde está recogida la vida privada y afectiva de Simón con sus alegrías y tristezas; su trayectoria pública, con cada una de las iniciativas que adelantó cuyo impacto se hizo sentir en la vida cultural de los venezolanos; su actuación política desde los inicios de su militancia en Acción Democrática con las altas responsabilidades que le correspondió atender hasta su distanciamiento y separación del partido del cual fue figura protagónica y esencial; su actividad y figuración en la conducción de las relaciones internacionales de Venezuela, como embajador en diferentes países y como canciller en momentos difíciles; es al mismo tiempo una biografía intelectual de un pensador creativo y audaz, de un estudioso incansable de la realidad venezolana. El Enigma SAC es también un recorrido por la historia de Venezuela. A través de su lectura es posible conocer el proceso vivido por la sociedad venezolana para fortalecer y enriquecer las prácticas republicanas y la contundente presencia de Simón Alberto Consalvi como uno de sus más valientes y decididos defensores, sin tregua, con dignidad política, honestidad intelectual y firmeza republicana.

INÉS QUINTERO
DEL PRÓLOGO DEL LIBRO

CUADERNOS DE HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE VENEZUELA

Fundación Rómulo Betancourt
www.fundaromulobetancourt.org

Dentro del diseño de promover y difundir un conocimiento intelectualmente crítico de la historia política del país, la Fundación Rómulo Betancourt ha puesto en marcha la edición de la serie titulada *Cuadernos de la historia contemporánea de Venezuela*, derivada de la experiencia del diplomado sobre dicha materia que anualmente realiza con la Universidad Experimental Libertador (UPEL).

Cada uno de los títulos de la serie comprende un estudio específico sobre un período temporal determinado, a partir de la transformación política iniciada en 1810-1811, acompañado de una breve antología de documentos pertinentes al mencionado período. Los estudios introductorios corresponden a historiadores de la máxima calidad como Germán Carrera Damas, Tomás Straka, Manuel Caballero, Antonio García Ponce, Alberto Consalvi, Eduardo Mayobre y Elena Plaza.

Entre los títulos de interés para los comunicadores, por las implicaciones jurídicas atinentes a la libertad de prensa y expresión, destacan el número 6 “Venezuela 1948-1958. La dictadura militar” con introducción de Eduardo Mayobre y el número 10 “Venezuela 1861-1936. La era de los gendarmes. Caudillismo y liberalismo democrático” con el correspondiente estudio introductorio, selección, antología, cronología y bibliografía de Tomás Straka.

En medio de una polémica como la actualmente entablada entre nosotros en lo que atañe al más conveniente de los sistemas político-sociales aplicable al país en la presente coyuntura histórica, este manojito de textos tiene como elemento común el mostrar la forma como, a la larga, segura y definitiva, los venezolanos se han movido y siguen moviéndose desde hace ya justamente dos siglos en dirección del más libre, igualitario y, en fin de cuentas, humano de dichos sistemas: el democrático.

JESÚS MARÍA AGUIRRE



CUERPOS OTROS, SUBJETIVIDADES OTRAS

Revista **NOMADAS**, 38

Abril, 2013. Universidad Central – Iesco
Colombia

Uno de los grandes aciertos de esta revista, primorosamente editada, es la capacidad de detectar las discusiones que están en el tapete de la mesa de ciencias sociales a nivel mundial y a la vez conectarlas con las problemáticas regionales, principalmente de América Latina.

Esta vez nos encontramos con el tema “Cuerpos otros, subjetividades otras”, un eje transversal que atraviesa todas las ciencias sociales, pues la implosión epistemológica que supuso la pérdida del sujeto cartesiano sacudió a todas las disciplinas. El núcleo temático del número, que está compuesto por once artículos, está distribuido en torno a tres tópicos: la relación del cuerpo con el saber, el poder y la subjetividad.

Los primeros artículos abordan la forma en que los saberes se pluralizan a partir de las posibilidades sensoriales y perceptuales que destituyen la primacía de la vida racional como único modo de conocimiento legítimo; a su vez las interacciones y los vínculos se ven afectados por las pugnas en torno a lo que el cuerpo puede o no presentar o representar, y a las políticas que lo intervienen con miras a propiciar ciertas identidades. A ello habría que añadir que la perspectiva crítica que asume la revista tiene muy en cuenta la diferenciación de los contextos y culturas, en que la otredad, cuya distancia y/o discrepancia configura los modos de producción del sujeto en la modernidad y postmodernidad.

Los artículos “Los cuerpos del deseo” de Ana María Fernández, “El cuerpo del domus entre dos siglos” de Heidi Figueroa y “Dentro de ella” de Natalia Möller, se ordenan en torno al primer eje del cuerpo y los campos del saber; los siguientes, “Falos interdictos” de Rodrigo Parrini, y “Del mestizaje a la hibridación corporal” de Elsa Muñiz, destacan en el segundo conjunto sobre la regulación y el ordenamiento del cuerpo; y, por fin, “La politización del cuerpo” de Manuel Roberto Escobar, “¿Discapacitadas nosotras?” de Aydée Ramírez y coautoras, además de otros ensayos sobre corporalidad y belleza, referidos a emplazamientos particulares de Cuba y Colombia, cierran la sección sobre el cuerpo y las formas de subjetividad.

No podemos dejar de mencionar el buen despliegue gráfico que acompaña a los ensayos, no solamente por razones estéticas, sino como un necesario complemento documental y testimonial.

Otras secciones sobre procesos de creación, notas, y libros, nos ponen al día sobre el acontecer universitario —específicamente con la memoria del filósofo Guillermo Hoyos— y la reseña crítica del estudio “Trazos e itinerarios políticos de jóvenes” coordinado por Humberto Cubides y Patricia Guerrero.

JESÚS MARÍA AGUIRRE



SEIS INVESTIGACIONES EN EL BIENIO



COMMUNICARE

Volume 12, 2º semestre de 2012.

Edição especial: Biênio de pesquisas do CIP (2010-2011) Parte II. BRASIL

Esta vez el Centro Interdisciplinar de Pesquisa de la Facultad Cásper Líbero pone en nuestras manos una edición especial que recoge los resultados de seis investigaciones producidas durante el bienio 2010-2011 por profesores y alumnos en el ámbito de las líneas establecidas.

Hay tres secciones diferenciadas en torno a los núcleos: comunicación, tecnología y política; comunicaciones, medios y mensajes; e iniciación científica, que se reserva a estudios de alumnos graduados.

En la primera sección destaca el ensayo de Gilberto Maringoni, quien analiza las principales transformaciones de los medios de comunicación en el proceso de inserción subordinada de las economías de comunicación en la globalización del capital. En el marco de los embates económicos y políticos expone las claves de la nueva arborescencia jurídica e institucional de regulación, principalmente en Argentina, Bolivia, Venezuela y Brasil. Aunque somos conscientes de la dificultad de realizar estos estudios multinacionales, el ensayo a la vez que tiene la virtud de emprender una visión englobadora, adolece de falta de actualidad en los datos, al menos en lo que concierne a Venezuela, pues la fuente más reciente de las referencias es el año 2004, y ya para la fecha de pu-

blicación habían salido varios estudios sobre América Latina, entre los que sobresalen *Hege-monía comunicacional* (Alfadil 2009) o *Prácticas y travesías de comunicación en América Latina* (Centro Gumilla 2010). Al contrario, la datación de las fuentes de los otros países llega hasta el 2007 y 2011. Este comentario no desvaloriza el ensayo, pero revela la debilidad de nuestros estudios comparativos cuando se basan en redes poco explotadas, o se crean cotos ideológicos en la selección de las fuentes.

En la segunda sección sobre comunicación, medios y mensajes se recogen los estudios de Liráucio Girardi sobre los "Trueques y la lógica de redes", y de Sabina Reggiani en torno a "El Espigón de Dias Gomes: teledramaturgia, entretenimiento y política".

Nos parece acertada la apertura de una sección tercera de iniciación científica para incorporar los estudios de investigadores noveles, que, a menudo y a pesar de su valor, quedan relegados por no entrar en el estatuto de investigadores establecidos. Así, los dos aportes de Felipe Bianchi y Luisa Soto sobre el control y poder en la sociedad de la información y la migración de la televisión a Internet, enriquecen la temática explorando los nuevos nudos creados por las TIC.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

SOBRE COMUNICACIÓN COMUNITARIA

Estamos ante un número antológico sobre la comunicación comunitaria, producido por el equipo de la revista especializada en temas de Comunicación e Información. A pesar de todas las vicisitudes de las universidades nacionales y las revueltas estudiantiles, la publicación sigue sorprendiéndonos por su capacidad creativa, su permanencia y su consistencia académica.

Este número, especialmente, acomete la tarea difícil de estudiar a fondo las opciones y posibilidades de la comunicación comunitaria a lo largo y ancho de América Latina. Como señala en su presentación, este campo aparece incluido en las nuevas legislaciones de Argentina, Bolivia y Uruguay. Hay una amplia discusión en Brasil y Argentina, y en Venezuela ya es contemplada desde el año 2002 por la ley Resorte.

Aunque en la práctica existe una utilización confusa de los términos comunicación alternativa, de base, horizontal, popular, ciudadana y comunitaria, y algunos ensayos se mueven en fronteras grises, en la presentación se trata de delimitar esta última a partir de las siguientes características:

Revista QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 10, Nº 1, Enero-Junio 2013
Universidad del Zulia, Maracaibo.

1. Trasciende a los medios de difusión masiva; 2. Es una opción política que promueve una agenda que está al servicio de los intereses populares; 3. Se desarrolla en medio de una dinámica de organización y movilización social; se corresponde con una propuesta de cambio social y de creación de democracia, ciudadanía y justicia social. (p.5)

No queda muy claro, sociológicamente hablando, si los intereses populares son coincidentes con los de las comunidades sean urbanas o rurales, pues se trata de conceptos distintos, pero apunta la dirección ideológica del editor enfatizando el sesgo clasista y reduccionista de su interpretación.

Naturalmente, quedan en el limbo conceptual las comunidades de clase media y alta, las comunidades de emigrantes consolidadas en muchos países, las comunidades de los



entornos virtuales y otros grupos que practican también las comunicaciones comunitarias bajo formas identitarias más complejas.

En cualquier caso, los aportes de Israel Hernández y otros sobre los medios comunitarios en Nicaragua; los de Bruno Lima y Anderson D. Gomes, en Rio Grande do Sul, Brasil, sobre las radios en entorno digital; y los de Mariángela Sánchez y Rosario Fonseca sobre las emisoras comunitarias de Maracaibo, Venezuela, son los más relevantes, pues amplían el marco de los países en estudio. Una investigación sobre las radios mineras de Bolivia retoma el caso de esta experiencia que entró en crisis a partir del desmantelamiento impuesto por anteriores políticas neoliberales.

La entrevista a Juan Díaz Bordenave, muerto el año pasado, debida al investigador Alfredo Montilla y realizada en Montevideo, arroja una visión prospectiva desde su mirada de soñador de las nuevas realidades de América Latina.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Josep Maria Carbonell

Sin democracia no hay regulación posible

Es optimista. Reivindica la creación de un espacio europeo de las comunicaciones. Sostiene que solo en democracia se puede hablar de regulación. Cuando le tocó estar al frente del Consejo Audiovisual de Cataluña se sintió solo en la labor. España es el único país de la Unión Europea que no tiene un ente regulador estatal. Y en temas de regulación, considera que el cierre no es ni el último de los recursos.

■ ANDREA DAZA TAPIA

Tenía veintipocos años de edad, cuando Josep Maria Carbonell asistió a la conferencia de la Unesco donde se aprobó la Comisión del Informe McBride. “De allí viene mi interés por las políticas de comunicación”, dice ahora desde su despacho en Barcelona, el hoy decano de la Facultad de Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramon Llull. “En ese momento, el mundo estaba dividido en dos bloques, y luego en norte y sur, no había ni el satélite y no existía Internet. Creo que nadie imaginaba lo que estamos viviendo: un estallido tan extraordinario de las telecomunicaciones”.

De los tiempos de McBride para acá, Carbonell se ha especializado en las políticas de regulación en medios. Se licenció en filosofía y letras por la Universidad de Barcelona; militó en las filas del Partido Socialista de Cataluña, llegando incluso a ser diputado del Parlament catalán, y en el pase de la política a la Academia, estuvo casi seis años al frente del Consejo Audiovisual de Cataluña, (CAC). Allí le tocó adjudicar frecuencias de radiodifusión, con la satisfacción, dice, de no haber dejado a nadie contento, “ni a ninguna administración ni a ningún partido”. De resto, Carbonell recuerda la soledad de quien no encuentra interlocutores, pues en España no existe un organismo de esta naturaleza, de ámbito estatal.

El resumen de sus investigaciones se encuentra en las páginas de *El futuro de la comunicación. Redes, medios y poder* (Editorial UOC, 2012).

Apuntes para una teoría

– *¿El modelo de regulación depende del modelo de democracia de cada país?*

– De entrada ya pones una palabra esencial: en una democracia. Porque la regulación es un derecho que debe contemplarse, siempre y cuando existan las condiciones reales de democracia. Cuando planteo el tema de la regulación, se supone la división de poderes; se supone la existencia real del derecho a la libertad de expresión; se supone, menos, pero se supone, el derecho en las constituciones a la información veraz, y también se supone la existencia de un sistema mediático en el que existe el necesario pluralismo de medios, acorde con la democracia representativa. Si existen estas condiciones, entonces sí que podemos entrar en las políticas de regulación.

– *Usted organiza el modelo de regulación según el régimen. ¿Cuáles son las principales diferencias?*

– De hecho, en mi investigación establezco tres tipos de regímenes políticos: los liberales democráticos, los autoritarios y los que se encuentran en transición. En los liberales democráticos, la regulación es posible porque existe división de poderes y mecanismos de supervisión de la regulación de libertades. Afirmo que en los países autoritarios no tiene sentido hablar de regulación porque existe previamente la censura y por tanto las condiciones en las



Josep María Carbonell. Foto: Guillermo Suárez

que debería realizarse la regulación, no están dadas. Y finalmente, los países en transición son realidades que dependen de cada caso.

– *¿Cuál es el modelo ideal?*

– En los países democráticos existen, a mi modo de ver, dos grandes modelos. Por un lado, el liberal radical y por otro, el liberal social. El primero está sobre todo influido por la Constitución de Filadelfia e inspirado en el espíritu de *freedom of expression* de Estados Unidos y el *marketplace of ideas*. En el segundo, en cambio, la información tiene un papel muy relevante para la cohesión social y la convivencia democrática, autorizando la intervención de los poderes públicos para asegurar que al lado de la libertad de expresión exista pluralidad de voces, veracidad de la información, etcétera.

La puesta en práctica

Carbonell subdivide el modelo liberal social en dos ramas. Una, la coherente, cuyo principal exponente es Gran Bretaña, “con una cultura democrática de larga tradición”. Aquí domina la visión de que “los medios de comunicación de masas son contenedores esencialmente de cultura, educación e información”. Es el mundo ideal, vamos. Las mejores prácticas se encuentran en el centro de Europa, Escandinavia y Gran Bretaña. La otra rama, por contra, es la atrofiada.

– *¿Qué implica tener un modelo de regulación liberal social?*

– Primero, tener una autoridad independiente del poder ejecutivo que ejerza su autoridad en el campo de la regulación de operadores y contenidos. Y segundo, que exista un operador público audiovisual de radio y televisión que garantice la pluralidad interna de las diferentes sensibilidades culturales, sociales y políticas; a la vez que cuide la calidad y el tratamiento esencialmente profesional de la información.

– *¿Cómo es el modelo atrofiado?*

– Ese es justamente el modelo que tenemos en España, Portugal, Italia. En Grecia, inclusive. Es curioso ver que se trata de los países donde existe una mayor crisis en estos momentos. Porque han querido replicar el modelo social liberal de regulación, pero sin una tradición democrática sólida y consolidada.

– *Como una mala copia.*

– Es un modelo donde las autoridades de regulación son independientes solo teóricamente, donde los operadores públicos de televisión son generalmente operadores controlados por el poder ejecutivo, donde los grandes grupos mediáticos tienen una capacidad de incidencia en la agenda política, a veces superior a la de los partidos políticos y donde el necesario pluralismo se ve sometido a limitaciones objetivas.

Experiencia in-house

Así, en el contexto de una democracia ni tan sólida, ni tan consolidada, con un modelo liberal social atrofiado, *made in Spain*, a Carbonell le tocó mentar la soga en casa del ahorcado.

– *¿Cómo fue su paso por el CAC?*

– Me encontré con una soledad inmensa. Éramos la única autoridad reguladora en España, con la tarea de desarrollar una ley catalana audiovisual, una ley centroeuropea, pero sin tener una ley española. Además, tuvimos en contra a la mayoría de los medios. Yo mismo y el Consejo fuimos objeto de una campaña muy fuerte de los medios privados, porque cargándose al CAC y a su presidente querían evitar una política de regulación en España.

– *¿Lograron alguno de los objetivos planteados?*

– Fue muy difícil poder desarrollar una política regulatoria liberal social coherente, en un país atrofiado. Esto fue casi imposible. Tuvimos episodios muy intensos. Recuerdo especialmente el que mantuve con la cadena COPE y otros. Pero fuimos el primer organismo independiente en adjudicar frecuencias y conseguimos que ningún operador estuviera contento, cosa que explica, según entiendo, que hicimos una buena adjudicación. Trabajamos en un contexto muy difícil, pero los recuerdos son muy gratos.

– *¿Por qué España sigue siendo el único país de la Unión Europea sin un consejo audiovisual estatal?*

– Por el gran peso que tienen los medios privados en la esfera pública. Los medios privados han hecho todo lo posible por evitar la creación de un consejo audiovisual. Sin un regulador, la ley de la jungla es más fácil. Y eso mismo explica que las televisiones privadas españolas hayan sido las que más beneficios han ofrecido durante muchos años.

Entre poderes te veas

– *¿El cuarto poder se privatizó y llegó al primero? Esa es parte de la tesis que sostiene en su libro anterior, El primer poder: el peso de los medios en la esfera pública, ¿correcto?*

– A ver, una de mis tesis es que en el siglo XIX y en buena parte del XX, los medios fueron un poder indispensable para el desarrollo de la democracia. Fueron en mu-

chos sentidos indispensables para evitar el ejercicio arbitrario del poder. A partir de la comunicación de masas, y como consecuencia del proceso de concentración de los medios en pocos grupos, y el debilitamiento de los operadores públicos; tanto como el debilitamiento de los propios poderes públicos, los medios han conseguido tener unas cuotas de poder que van mucho más allá del estricto ejercicio del cuarto poder. En muchos países, los medios marcan la agenda y en lugar de explicar aquello que ocurre, intentan explicar aquello que quieren que ocurra. Intentan someter a los poderes públicos y a los partidos, con el desarrollo de agendas de decisiones, socavando la soberanía popular.

– *Ese cuarto-primero poder, ¿podrá verse amenazado por las redes sociales?*

– Las redes sociales van socavando el poder de los grandes medios de comunicación. Las redes van creando una forma de comunicación interactiva, diferente, que permite una forma de participación política mayor, más dinámica y menos mediaticizada, ni por los medios ni por los partidos. Sin embargo, todavía hay una diferencia importante entre el *primetime* de las informaciones y la diáspora de miles de pequeños medios.

– *¿Es cuestión de tiempo?*

– Será un proceso lento. Y el reto será evitar que haya una regulación que limite el desarrollo de las redes. Ahora, puedo informarte de primera mano que existen grupos con muchos intereses que intentan que las redes no sean interoperables, abiertas, donde haya doble pago. Que sean redes que continúen con el *free Internet*. Evitar esto será uno de los principales desafíos de la próxima década.

Esperanza en Europa

– *Luego de esta experiencia, ¿todavía cree posible un espacio europeo que regule las políticas audiovisuales y las telecomunicaciones?*

– La Unión Europea tiene como primer objetivo la regulación del mercado, recordémoslo. Luego ha ido desarrollando otras políticas. Para ello existen directivas, leyes europeas de obligado cumplimiento para los países miembros. En el ámbito de las telecomunicaciones electrónicas se ha hecho un largo recorrido y ya se está hablando de una autoridad que agruparía a las autoridades nacionales de regulación de las telecomunicaciones. En el ámbito audiovisual es

mucho más precario porque cada país tiene su tradición con un operador público, con grupos privados, etcétera.

– *¿Son más los elementos en contra que los a favor?*

– Sin embargo, hay muchos que sí piensan que Europa es también un espacio cultural, comunicativo y de valores. Este es uno de los aspectos que intento reflejar en mi libro, donde reivindicó la necesidad de un espacio europeo de las comunicaciones. Si Europa tuviese una política convergente, para las redes y para los contenidos, creo que se fortalecería mucho la identidad del proyecto europeo. A partir de ahí se podría caminar hacia marcos regulatorios más sólidos.

– *En materia de regulación, ¿el cierre es el último recurso?*

– Yo, honestamente, entiendo que el cierre no es ni el último recurso. Una sanción económica importante es el último recurso. Otra cosa es la revisión de la licencia. El cierre de un medio, yo creo que no está entre las sanciones de las autoridades de los países liberales sociales. Lo que sí que existe es que si un operador, de forma repetida sigue sin respetar los compromisos de su concesión, sigue vulnerando la legalidad, cuando acaba su proceso de concesión, puede ser revocado por las autoridades de regulación.

– *¿En España ha habido algún caso?*

– No. Desde que empezó la Transición, desde la Constitución de 1978, ningún medio ha sido cerrado. Ninguno.

Visiones sobre lo nuestro

“Nos tienen en el punto de mira de todo lo que decimos, cada día, cada hora”, se quejaba un famoso periodista de la televisión pública catalana, en tiempos en los que Carbonell era el jefe de la regulación. Vaya, en países como Venezuela, una queja de este tipo sería más común de parte de un medio privado, que de uno público.

– *¿Cómo se explica eso?*

– Con toda franqueza, luego de haber estado en Venezuela y de recorrer las calles de Caracas, no creo que el país tenga las condiciones para que exista con consejo audiovisual. Le hablaba antes de que había tres modelos. Por primera vez he asistido a un país en transición de un modelo liberal a un modelo autoritario. En mi libro hablo de un

caso de transición que es Marruecos, que está pasando de un modelo autoritario a un modelo liberal. Y en ese proceso, el organismo de regulación es una pieza estratégica porque es un aliado en la transición. En mi última visita a Venezuela, tuve la sensación de que el país, y lamento decirlo, está moviéndose de un modelo liberal a un modelo autoritario.

– *¿Qué balance hace de la instalación de la TDT en España? ¿Qué recomendaciones podría hacer a un país que inicia el proceso?*

– La migración a la TDT tiene diferentes variantes. Por un lado está la estrictamente tecnológica: pasamos de una transmisión por ondas hertzianas analógicas, a otras que son digitalizadas. Si se hace bien, la calidad de la televisión es excelente. La segunda ventaja es que el espectro se reduce enormemente. Y finalmente, la compresión. Por donde antes circulaba un canal de televisión, ahora pueden circular cuatro. Se optimiza la capacidad del espacio. En España se pasó de siete a 42 canales. Desde una perspectiva tecnológica, de calidad y de optimización de los recursos, la tecnología de televisión hertziana, digital, terrestre, es muy interesante.

– *Pero no es solo un tema tecnológico.*

– Es muy importante tener presente qué modelo de televisión se quiere con el desarrollo de la tecnología TDT. ¿Se quiere un modelo de muchos canales, como ocurre en España, que al final no son sostenibles y que mayoritariamente han quedado en manos de grupos privados? En España, veinte canales de la TDT están en manos de dos grupos privados. ¿Por qué? Porque en España no hay mercado para cuarenta canales en abierto en TDT.

– *Y eso comporta unos riesgos importantes.*

– La TDT es una tecnología. Ahora bien, puede ser una tecnología que se utilice para neutralizar operadores, para crear grandes grupos, casi oligopolios de comunicación. La TDT puede ser bien utilizada o puede ser un desastre. Hay que tener toda una política de desarrollo tecnológico muy avanzada para asegurar su éxito.

ANDREA DAZA

Licenciada en Comunicación Social por la UCAB. Periodista. Candidata al Doctorado por la Universidad Ramon Llull.

Conferencia de Moisés Naím en la UCAB

Los retos de la educación superior en el contexto globalizado

La celebración de los sesenta años de la Universidad Católica Andrés Bello arrancó en enero de este año con una conferencia del analista Moisés Naím que llevó por título El futuro de las universidades en el mundo globalizado; esta se llevó a cabo en el Aula Magna ucabista el jueves 17 de enero, a las 10:30 am. Moisés Naím se ha destacado como un importante intérprete de los cambios que se suceden en materia de política y economía internacional. En esta oportunidad disertó sobre los retos que supone para las universidades, en especial para las venezolanas, formar a los profesionales que requiere el mundo globalizado. El columnista abordó el debate respecto a si la academia está respondiendo –a la velocidad deseada– a un panorama en el que la competitividad se acentúa, los cambios tecnológicos se suceden de manera más veloz y las fronteras ya no son un obstáculo para la transferencia de los recursos humanos. Naím ha escrito más de una decena de libros sobre economía y política internacional, sus columnas se difunden en diarios como El País de España, La Republica de Italia y Folha de Brasil.

En la actualidad se desempeña como senior associate en el departamento de economía internacional del Carnegie Endowment for International Peace en Washington, Estados Unidos. Entre 1996 y 2010 dirigió la prestigiosa revista Foreign Policy. En la década de 1990 se desempeñó como ministro de Industria y Comercio de Venezuela, director del Banco Central de Venezuela y director ejecutivo del Banco Mundial. Ha sido profesor del IESA y de universidades de Latinoamérica, Europa y Estados Unidos. Recibió su Ph.d. en el Massachusetts Institute of Technology.

Buenos días a todos. Gracias rector, padre Francisco José Virtuoso, autoridades de la Universidad Católica Andrés Bello, miembros del Consejo Universitario; en particular a mi amiga, respetada y admirada Maritza Izaguirre, decana de la Escuela de Ciencias Económicas y Sociales, a quienes se les ocurrió la arbitrariedad de traerme aquí a hablar de esto, lo cual es un honor para mí y un privilegio muy especial. Déjenme comenzar con las ocho tendencias internacionales y seré breve ya que la idea no es que sea solo una charla sino que también sea una conversación.

Tendencias mundiales de la educación superior

1. Diversificación

La primera tendencia mundial que estamos viendo en todas partes es que la educación superior se está diversificando. Ahora hay una proliferación de instituciones de todo tipo, de carreras politécnicas, carreras cortas, universidades especializadas en nichos altamente específicos o en grupos altamente específicos. En todo caso, hay una proliferación de oferta, proliferación de formas institucionales. La idea tradicional de la universidad como la hemos conocido desde la Edad Media está empezando a cambiar de manera muy profunda y está siendo sometida a presiones de competidores que utilizan otras estrategias, otras modalidades, otras estructuras organizacionales y otras formas de operar. Eso es una tendencia que se observa en China, Asia y América Latina.

2. Privatización

La segunda tendencia es la privatización de la educación superior. Cada vez más hay universidades privadas. Parte de esto es una buena noticia y parte de esto es una malísima noticia. La buena noticia es que se crean ofertas en educación superior y ciertamente el sector privado tiene muchísimo que aportar. Sin embargo, en el mundo hay una proliferación de universidades con motivos de lucro. Creo que la privatización es una tendencia inexorable: aquí hay ejemplo en Venezuela, de universidades extraordinariamente exitosas que son del sector privado, pero también es cierto que hay todo tipo de abusos que se cometen a nombre del lucro. Esto lo pueden encontrar en China, Medio Oriente, Europa y también en Estados Unidos.

3. Globalización

La tercera tendencia es la globalización. Hemos visto una enorme proporción de universidades internacionalizarse. Hay sucursales de universidades en otros países; solamente en Qatar, están las seis universidades más importantes de los Estados Unidos. En Europa, una de sus obsesiones es tener un campus en China, siempre han sido muy internacionales. Los profesores utilizan sus sabáticos para ir a enseñar a otras partes, hay intercambios estudiantiles en un año promedio. El año pasado tres millones de estudiantes tomaron al menos un semestre en alguna universidad distinta a la de su país.

4. Competitividad

La cuarta tendencia: hay muchísima competencia en las universidades. No solo tienen que competir con las que estaban siempre instaladas en su país, sino que de pronto hay universidades de otras partes que se establecen y empiezan a operar en el país que uno pensaba que era exclusivamente de uno. Hay más competencia porque hay más oferta, más instituciones; hay competencia para buscar a los mejores profesores y atraer a los mejores estudiantes, para lograr el financiamiento de la investigación y construir infraestructura.

5. Competencia más globalización

La quinta tendencia mundial es la combinación de competencia y globalización. Esta combinación ha generado un mayor interés en medir resultados. Ustedes saben que se ha puesto de moda el tema del *ranking* de las universidades. Una vez a la semana, leemos que salió la lista de alguien



que hizo la lista de las universidades del mundo. Entonces, hay todo tipo de cuestionamientos: si la metodología es correcta, si tiene sesgo, si es justa, si hay que hacerle caso, si no hay que hacerle caso. El hecho es que independientemente de las protestas, terminan siendo un instrumento muy potente en términos de la conversación que hay sobre la educación superior.

6. Calidad

La sexta tendencia es que el hecho de que haya más competencia ha llevado a una preocupación por la calidad.

7. Devaluación de diplomas

La séptima tendencia es la devaluación de los diplomas. Hoy en día, usted puede obtener un diploma de la universidad politécnica del lugar *equis*, diploma que le pudo haber costado mucho dinero. Ese diploma no le va a añadir a su trabajo, no le va a dar lo que normalmente daban los diplomas. La inflación degrada la calidad de los diplomas, esa es una tendencia mundial. También lo que hace es que los diplomas de las universidades más reconocidas valgan más y se produce una muy antipática jerarquización, donde hay ciertos diplomas que valen muchísimo, diplomas que valen muy poco y eso genera una dinámica en el mercado laboral de alto nivel muy complejo.

8. Impacto de Internet

Finalmente, mi última tendencia es todo lo que tiene que ver con el impacto de Internet en las universidades. Hasta hace muy poco, la velocidad de adopción más intensa y la regularización más rápida era Facebook. Fue desplazada por Twitter y este acaba de ser desplazado por *Coursera*, una compañía que ofrece cursos en educación superior. Uno de los retos de la educación superior en línea es todo el tema de la credencial y cómo se mide. Si

la persona que tomó el curso aprendió o no aprendió y si aprendió, cómo medirlo. Si eso es así: ¿Cuál es el modelo de negocio que van a tener las universidades? ¿Cómo se sostienen las universidades que empiezan a regalar sus cursos? ¿Cómo se sostienen financieramente las universidades que no regalan sus cursos pero que tienen que competir con universidades que sí están regalando cursos?

Mitos de la educación superior

1. La educación es una prioridad

Es imposible tener una conversación para hablar de los problemas, los temas del país y del mundo sin decir qué es la educación. Sin embargo esa retórica, que es una prioridad, no tiene proporción con la conducta. Hay un dato de la encuesta Gallup que a mí me parece revelador. La mayor parte de los venezolanos encuestados por Gallup creen que la educación que reciben sus hijos es buena. Quizás lo sea. Yo creo que hay bases y estadísticas para suponer que esa percepción no está completamente alineada con la realidad. Eso forma parte de la idea de que la educación debería ser prioridad pero realmente no lo es. La manera como asigna recursos la familia, la manera que asigna recursos el Estado, la manera como los jóvenes deciden involucrarse en las universidades, no parece que es verdad; hay una brecha entre retórica, prioridad y la práctica de la realidad.

2. La educación lo soluciona todo

El segundo mito es que a la educación la tratan como respuesta a todos los problemas de la sociedad. Por supuesto, la educación es la solución, especialmente a nivel terciario, pero va a ser muy difícil reponerse de algunos de los problemas que tiene el país ya que no es la solución universal. Muchas veces imponerle tareas y retos a la educación superior la debilita, porque le están dando tareas que la educación superior no puede cumplir. Dudo que el tema de la criminalidad se relacione con la educación, pero es una enorme distracción y una enorme excusa decir que eso se va a solucionar solo cuando todos tengan educación. Esto es solo un ejemplo de cómo este mito de que la educación es la solución para todo, termina distrayendo de la verdadera solución de algunos de los problemas.

3. Se gana más con un grado universitario

Si usted tiene un grado universitario usted va a ganar más. Eso es mentira; debería

ser verdad pero no lo es y hay evidencia estadística sobre eso. Esto tiende a pasar en unos países más que otros, repito que no estoy hablando de Venezuela, estoy hablando de mitos que creo que se aplican en todas partes. La idea de que la educación es un instrumento de ingresos está empezando a ser debilitada.

4. Se asciende socialmente con un título

El cuarto mito es que la educación es el mecanismo más potente para la movilidad social. Si usted quiere ascender socialmente, tener mejores ingresos o tener estándares más altos, la educación superior funciona para eso. Sin embargo, en países pobres hay otras rutas, no todas buenas, que permiten tener mejor respeto social, mayor ascendencia social. Las cirugías plásticas pudieran ser una inversión, tener una tasa de retorno mayor que la de la educación superior. Para algunas mujeres es para reírse y para llorar y no estoy hablando de Venezuela; estoy hablando de países como Rusia, China y varios países de América Latina. Es obvio que en algunos países, el tener acceso a redes criminales es una senda mucho más rápida a tener un grado universitario. Lo importante es entender qué está pasando para buscar la solución.

5. Las universidades aportan al sector privado

El quinto mito es que las universidades tienen mucho que ofrecerle al sector privado. El vínculo entre el sector privado y las universidades es indispensable y necesario. El sector privado tiene un enorme apetito por lo que las universidades le puedan dar y las universidades tienen mucho que dar. Es casi imposible oír a un experto en educación superior que no diga eso, sucede de manera aleatoria, de manera puntual. En muchos países, para que haya una fuerte demanda de conocimientos, las empresas tienen que tener enormes incentivos para dedicar muchas opciones a las universidades. Una empresa que está dedicada en sobrevivir de la investigación, es un lujo que no se puede permitir. La universidad está diseñada para generar conocimientos que respondan a las realidades del mercado.

6. Internet: futuro de las universidades

El sexto mito al cual quería hacer referencia es que Internet es el futuro de todas las universidades. Es peligrosísimo que las universidades se estén creyendo esto. No hay por qué pensar que una universidad que ha dejado de ser competitiva tiene la capacidad de ser competitiva en Internet. Entre

otras cosas porque la competencia virtual es mucho más abierta, más dinámica, más difícil, más tecnológica. Cuando uno rompe el espacio con el tiempo (en Internet), la educación superior está compitiendo con todo el mundo y competir con todo el mundo no es fácil.

7. ¿Docentes y estudiantes: agentes de cambio?

El último mito que tengo es muy provocador. Se trata de la idea de que los estudiantes universitarios y los profesores universitarios son un poderoso agente de cambio social. A veces sí y a veces no. Es obvio y sabemos que muchas de las energías del cambio y las transformaciones a nivel mundial se han originado y han nacido en las universidades. Nosotros hemos visto, admirado, aplaudido y reconocido el movimiento juvenil. El movimiento de los universitarios en Venezuela, es un claro ejemplo de que las universidades son un poderoso motor de cambio social.

Conclusiones

1. Globalización de la educación superior

La globalización es una realidad, la necesidad de formar profesionales de calidad global es una realidad. Nosotros tuvimos una de las innovaciones, uno de los éxitos importantes que tuvo Venezuela, en su momento, fue la beca Gran Mariscal de Ayacucho. Ese programa se ha globalizado en el mundo. Hoy todos tienen su *Programa Ayacucho*, no lo llaman así pero existe, menos en Venezuela. Una de las tendencias es la globalización, lo cual implica la internacionalización de la educación superior y eso hay que aceptarlo y hacerlo bien. No es fácil; es muy difícil sobrevivir como una buena universidad siendo esencialmente local.

2. Prueba de aptitud académica

Lo que es muy impactante es que en Venezuela se haya eliminado la *prueba de aptitud académica* como instrumento de selección de estudiantes. Eso uno lo cuenta en cualquier parte del mundo y la gente no lo puede creer. Una cosa es hacer énfasis en la inclusión y otra cosa es el total desprecio por lo que es el mérito y talento académico. De hecho, Venezuela hoy en día tiene una paradoja muy interesante. No hay ningún otro país de América Latina donde hayan tantos estudiantes universitarios como en Venezuela. Sin embargo, no hay ningún otro país donde la tasa de retorno de decli-

nación esté decayendo tan rápido. Hay muchas especulaciones. Una es que la inclusión de la capacidad productiva del país ha disminuido; muchos buscan destino en otras partes.

3. Más allá del promedio

Termino con un mensaje central, con el énfasis de la calidad respetando y entendiendo la privatización y la inclusión. El mensaje de que *ser promedio ya no basta*. Las carreras promedio, los profesionales promedio, van a ir viviendo cada vez peor, algunos desapareciendo. Quien se contenta con ser promedio, va a tener enormes desventajas para el futuro. Hay que buscar una *ventaja competitiva adicional*, algo especial, algo diferente, algo distinto, que haga que uno esté por encima del promedio. Esta idea está en tensión con la absoluta y total inclusión en el sistema universitario. Una meta absolutamente loable, deseable, indispensable e irreprochable, pero que no puede ser llevada al extremo donde haga a todo el mundo promedio. No pierdan de vista ese mensaje.

La buena noticia es que cuando Venezuela piensa por encima del promedio, gana. Les tengo dos ejemplos, uno los va a sorprender, el otro, no. Cuando Venezuela realmente le da prioridad a algo, los venezolanos son los mejores del mundo. Los dos ejemplos son el *Modelo de las Naciones Unidas* y *Miss Venezuela*.

El *Miss Venezuela* es formación de capital humano al cual se le ha dado una gran prioridad. Se toma el talento natural de las venezolanas, las ventajas competitivas de las venezolanas, se les forma para ser competitivas a nivel mundial, no son promedios, es muerte al promedio, si son promedio no llegan. La metáfora es muy potente, se toma un grupo de venezolanas, se les añade valor y se les crea capital humano y las mandas a competir fuera y son las campeonas del mundo.

El otro ejemplo es El Modelo de las Naciones Unidas. Los venezolanos son los campeones del mundo a nivel de secundaria y a nivel de educación superior. Cuando los venezolanos salen y compiten en los simulacros de las Naciones Unidas le ganan a las mejores universidades del mundo. Esto ciertamente manda una señal muy fuerte: el promedio no basta y sí se puede ser y estar dentro de los mejores del mundo.

Nota de Redacción

*Transcripción y edición: Gabriela Ruiz.
Revisión del texto: Gustavo Hernández Díaz.
Se seleccionaron extractos literales de la conferencia.*

Galería de Papel

Bienvenida Núñez: *Instantes de contemplación*

En el instante estético de la contemplación, lo individual se diluye y lo universal aparece. Materializar por medio del color y de la línea lo universal que aparece en la contemplación ha constituido el sentido profundo de la pintura.

Piet Mondrian

Una obra de arte es un impulso vital contenido en un instante significativo de tiempo detenido, capaz de estimular y construir imaginarios creativos entre el artista como provocador inicial y el espectador, que completa o rechaza la provocación. Ambos creadores, dentro de una estructura coherente, generan un dispositivo energético cargado de contenido, el cual comunica a su manera, construyendo un lenguaje y un modo de representar y expresar el entorno dentro de un contexto socio-cultural.

Instantes del paisaje

Bienvenida Núñez construye su obra a partir de instantes significativos que nacen de la contemplación e inmersión dentro del entorno natural. La observación del paisaje deposita fragmentos esenciales de su naturaleza que son percibidos y sumergidos en la memoria. Allí permanecen a la espera de ser convocados con el fin de reconstruir, en el proceso de realización de la obra en el taller, la experiencia vivida. Fragmentos que configuran un todo complejo, un conjunto de instantes articulados y estructurados a la manera de un diario de experiencias cuyos instantes dejan ver las huellas expresivas recordadas. Un intento por atrapar la esencia que define la topología del paisaje, en este caso, el marino.

La artista sostiene que asume la idea de paisaje como entorno natural, espacio geográfico y género pictórico a través de la esencia del instante que percibe, captura y recuerda. Mi obra, señala Bienvenida, se construye a través de la experiencia de vida que deja un *instante significativo* durante el diálogo sensorial con el mar y su entorno. Busco la vibración armónica entre el observador y lo observado a través del *instante recordado*, el cual habita en la memoria y se expresa durante el proceso de trabajo. Huellas de un encuentro que trazo con grafito, o el pespunte del hilo que dibujo con la máquina de coser.

La desnudez de la línea

En la propuesta de Bienvenida se respira mar a través de la línea que define lo esencial de un sistema armónico de resonancia. A ella le gusta colocarse en el límite, como plantearon los minimalistas, quedarse con la desnudez de la línea para acentuar la singularidad del detalle que expresa un todo. Hay momentos en que con solo la línea logra establecer ritmos, convocar el *tacto figurado*, generar atmosferas, crear transparencias y abrir espacios que deja ver lo que el mirar oculta. Su línea se hace hilo que, con el apoyo de la máquina de coser, acumula líneas de una horizontalidad impecable y repetida, orden que en la playa la ola rompe y hace entropía que revela espumas y deja marañas efímeras sobre la arena.



La artista establece una relación con la obra a través del sonido natural del mar y el sonido mecánico de la máquina de coser. El ritmo del mar, señala Bienvenida, se repite incansablemente. Sonido de vida, de energía ondulatoria

y sensible. Mantra natural que convoca a la meditación que serena el espíritu. El sonido de la maquina durante la acción de coser es como un rezo. Conexión íntima entre dos patrones sonoros que me permite expresar el horizonte, el orden y el desorden del mar hecho líneas de hilo.

Horizonte y entropía

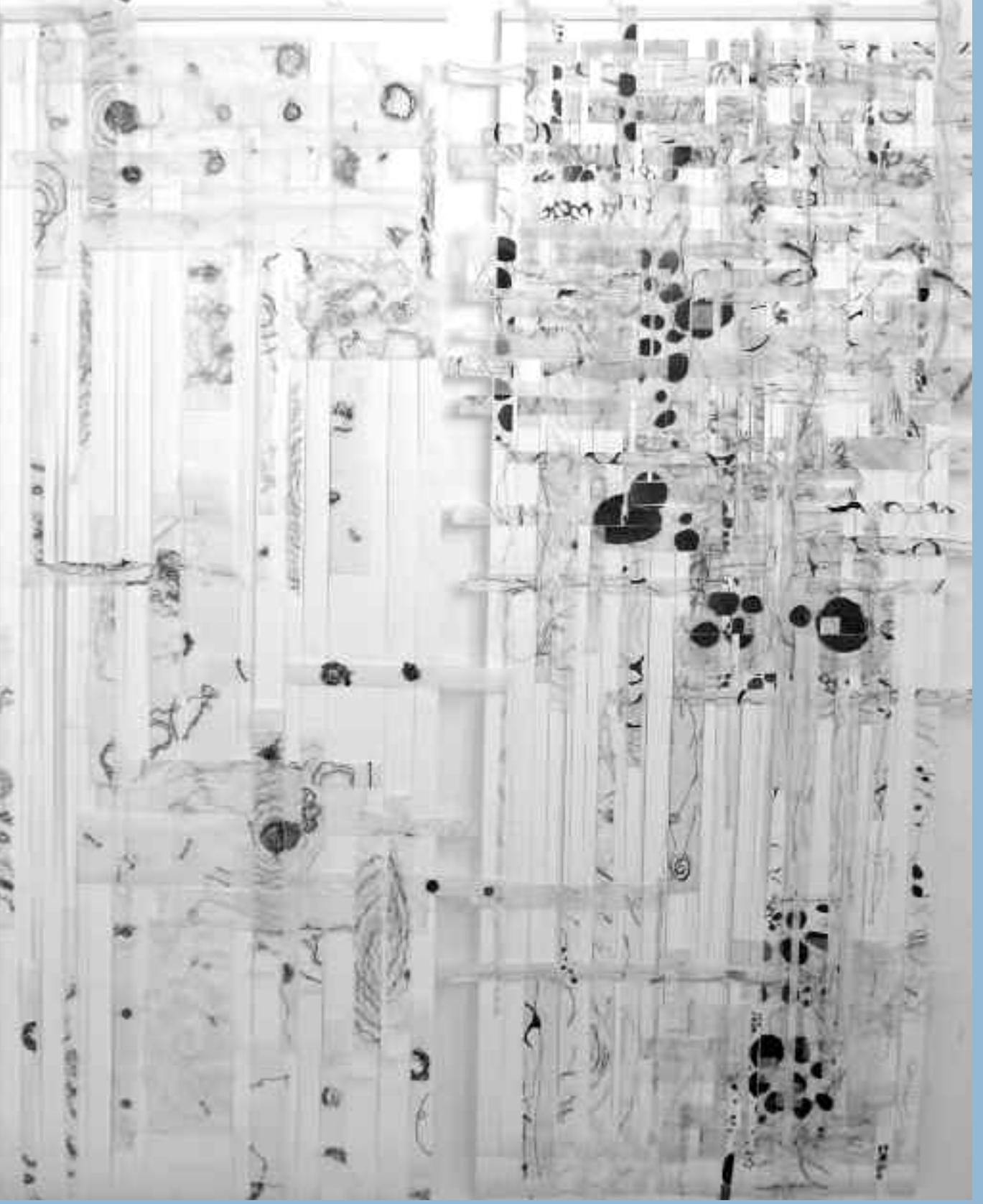
El horizonte es una extensión lineal indefinida que hace imagen y define el paisaje marino. Sus dibujos de horizontes son decisiones instantáneas de tiempos discontinuos recordados y reconstruidos. Respiran pintura al convocar lo extrapictórico. El paisaje se reduce a lo esencial a través de la línea simple que dibuja el grafito y los hilos de colores que traza la máquina de coser. El hilo en su fluir mecánico genera espacios sensibles, genera bandas horizontales o convoca la informalidad propia de la entropía que habita en la naturaleza.

La serie *Contenedores* hace alusión al mar como portador de entropía. Remiten al instante que la marea y la ola arrastran y hace visible e invisible un cúmulo de signos sobre la orilla. Son especies de archivos, a manera de sobres, cuyos contenidos hacen ver el efímero y cambiante espacio donde la ola toca la arena de la playa arrastrando restos y fragmentos del ecosistema marino o de la cultura contaminante del humano. Es así como construye la ficción de un archivo de metáforas visuales, de instantes a través de registros dibujanticos, troqueles, *frotages* y líneas de hilo, estos últimos al final de la costura quedan sueltos y se acumulan para que el azar y el movimiento definan una inestable composición.

No hay nada más efímero y estable que el mar. Constantemente se construye y se deconstruye. Todo sucede en un instante de tiempo. Tal como señala John Cage: *Todo desaparece, todo se va. Sí. Pero en el mismo instante en que todo se va, también puede decirse que todo está allí.* La obra de Bienvenida apunta a detener y recordarnos el instante para que permanezca allí.

Víctor Hugo Irazabal irazabalzu@yahoo.com

GALERÍA DE PAPEL. Bienvenida Núñez (2013).



- ▶ Más que política, política identitaria
- ▶ Comunicación y desarrollo.
Pistas para una página en construcción
- ▶ El noveno festival del cine venezolano. Una nueva generación
- ▶ Cambios en las prácticas comunicacionales de la Iglesia católica venezolana a los cincuenta años del Concilio Vaticano II
- ▶ *Big data*: dos lecturas para un fenómeno múltiple
- ▶ Recuerdos del futuro (III)
- ▶ Rafael Correa, paladín de la libertad
- ▶ Comunicación internacional como estrategia de política exterior
- ▶ Escribir para motores de búsqueda
- ▶ Lectores, espectadores e internautas
- ▶ Inconformes con el espacio.
La lectura y la ciudad en el siglo XXI
- ▶ Lecturas fotográficas
- ▶ Las lecturas del joven venezolano
- ▶ El fin de la literatura:
¿es literatura la novela?
- ▶ Cruje la hegemonía cultural
- ▶ Venezuela. De la Sociedad del Conocimiento al socialismo del siglo XXI
- ▶ Políticas públicas y comportamiento del lector venezolano 2004-2012
- ▶ Las reubicaciones de la lectura, libros, lectores y lecturas
- ▶ Las nuevas televisiones.
Personalización e individualización
- ▶ Josep Maria Carbonell:
Sin democracia no hay regulación posible
- ▶ Los retos de la educación superior en el contexto globalizado.
Conferencia de Moisés Naím en la UCAB