

CENTRO GUMILLA

comunicación

Estudios venezolanos de comunicación • 1º trimestre 2016 • N° 173



GALERÍA DE PAPEL, ALICIA DE LIMA / 2016

Política pública y ciudadanía

Director

Marcelino Bisbal

Editor adjunto

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
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**

Moraima Guanipa
Luis Ernesto Blanco
José Luis Pérez
Alianza por la Libertad
de Expresión
Johanna Pérez Daza
Jhenny Rivas
Anyinet Salom
Richard Tahan
Antonio Pascuali
Comité por una radiotelevisión
de servicio público (RTSP)
Fundación Acceso Libre
Alonso Moleiro
Boris Muñoz
Jesús Urbina
Andreína Elena Aponte Domínguez

Revisión

Marlene García

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial



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

Suscripciones:
suscripcion@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>

40 años **comunicación**

Nº 173 | Estudios venezolanos de comunicación • Centro Gumilla

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

PRESENTACIÓN	Política pública y ciudadanía	2
ANIVERSARIO	● Pensamos insistir Carlos Delgado Flores	4
	Cuarenta años de la revista Comunicación: “Esa búsqueda tenaz” Moraima Guanipa	7
APORTES	● Reinventemos el periodismo Luis Ernesto Blanco	15
	Implicaciones del Foro Económico Mundial 2016 para la divulgación científica José Luis Pérez	21
DOSSIER	● ¿Qué entendemos por políticas públicas de comunicación? Andrés Cañizález.....	29
	Asamblea comunicacional Gustavo Hernández Díaz	37
	Propuestas de la Alianza por la Libertad de Expresión para consideración de la Comisión Permanente del Poder Popular y Medios de Comunicación de la Asamblea Nacional Alianza por la Libertad de Expresión	43
	Ley de Comunicación del Poder Popular. Entre contradicciones y conveniencias Johanna Pérez Daza.....	49
	Los canales parlamentarios. El Caso de ANTV Jhenny Rivas	55
HABLEMOS	● ¿Es posible una nueva política pública de comunicación en Venezuela? Mariela Matos Smith	63
ESTUDIOS	● Estudio 2015: censura y autocensura en periodistas y medios de comunicación en Venezuela Instituto de Prensa y Sociedad-Venezuela (IPYS).....	87
	¿Contrahegemonía? Comportamiento de medios digitales y Twitter durante el proceso de las elecciones parlamentarias de diciembre 2015 Carlos Delgado Flores / Anyinet Salom	101
	Redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello Richard Tahan	113
DOCUMENTOS	● Radio y televisión: una irresuelta prioridad Antonio Pasquali	125
	Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión Comité por una radiotelevisión de servicio público (RTSP)	129
DATA	● Informe anual 2015 sobre el estado de Internet en Venezuela Fundación Acceso Libre	139
LEGADO COMUNICACIONAL	● Unas líneas finales para Pedro Llorens Alonso Moleiro.....	149
	Luis Ramiro Beltrán (1930-2015) José Martínez de Toda	151
	Umberto Eco se despide Marcelino Bisbal	156
	Umberto Eco: más allá del bien y del mal Boris Muñoz	160

Política pública y ciudadanía

Celebramos en el mes de noviembre de 2015 el cuadragésimo aniversario de nuestra revista *Comunicación* de la Fundación Centro Gumilla. Número de antología. Artículos de calidad académica y pertinencia social, fusionados con la Galería de Papel a cargo de Víctor Hugo Irazábal, Premio Nacional de Artes Plásticas. Satisfacción nuestra de haber alcanzado cuarenta años de perseverancia. Son 172 números y 1.490 artículos, estudios empíricos, reflexiones críticas en torno a la comunicación y la cultura, nada más y nada menos.

Desde el número uno de *Comunicación*, década de los setenta, hemos insistido en esta loable misión pedagógica: “Conscientes de no estar en posesión de la fórmula para dotar a nuestros países de un sistema perfecto de comunicaciones, nada nos impide y mucho nos obliga a que lo sigamos buscando. Esa búsqueda tenaz es la gran tarea a la que se orienta, desde su mismo nacimiento, este modesto boletín”.

Un ciber-pregonero haría pública esta primicia en la *Matrix* de los hermanos Wachowski: “La revista *Comunicación* piensa insistir pese a las adversidades económicas. Altos costos impiden su salida en impreso”. “Gobierno autocrático venezolano niega la inteligencia y la sociedad del conocimiento”.

La agudeza de George Orwell, *1984* y *La rebelión de la granja*, nos asiste: “No se establece una dictadura para salvaguardar una revolución; se

hace la revolución para establecer una dictadura.” Pese a esta hora menguada para Venezuela, el equipo *Comunicación* sigue y seguirá insistiendo en la democracia comunicacional. No declinará en este proyecto civilista.

El Ciber-pregonero también informaría en las redes sociales: “Primicia: *Comunicación* estará en formato electrónico. La Página Web de la revista *Comunicación*, a cargo de Mariela Matos, presenta una innovadora estructura de contenidos. El número 173, es tema vital para la democracia venezolana: Política pública y ciudadanía.”

Venezuela espera por la implementación de políticas públicas de comunicación desde hace más de cincuenta años. Ratelve-70, Comité por una Radiotelevisión-1990 y Unesco-2000, son referentes indiscutibles en esta discusión. La política pública no depende del Poder Ejecutivo, no es gubernamental ni se afilia a intereses crematísticos. Pluralidad, libertad de opinión, independencia editorial, cualidades de un genuino Estado democrático.

Esta es la revista *Comunicación* con sus nuevas secciones. *Dossier* aborda estos asuntos: “¿Qué entendemos por políticas públicas de comunicación?”, de Andrés Cañizález; “Asamblea comunicacional”, de Gustavo Hernández Díaz; “Ley de Comunicación del Poder Popular”, de Johanna Pérez Daza y “Los canales parlamentarios. El caso de ANTV” de Jhenny Rivas.



GALERÍA DE PAPEL CARMEN SEERKATZ / 2016

Hablemos profundiza en el tema “¿Es posible una nueva política pública de comunicación en Venezuela?”, con la participación del diputado Tomás Guanipa, presidente de la Comisión de Medios de la Asamblea Nacional; la abogada Jhenny Rivas, especialista en libertad de expresión y en derecho a la información y comunicación; el politólogo Carlos Correa por Espacio Público y el maestro Antonio Pasquali, fundador del Ininco-UCV.

Sobre nuestro *Aniversario* las palabras de Moraima Guanipa y de Carlos Delgado Flores nos invitan a pensar la revista *Comunicación* en el marco de la sociedad del conocimiento. Dos *Aportes* abren el debate: “Reinventemos el periodismo” de Luis Ernesto Blanco e “Implicaciones del Foro Económico Mundial 2016 para la divulgación científica” de José Luis Pérez. *Estudios* entra de lleno en la libertad de expresión y tenden-

cias digitales con estos trabajos: “Periodismo en arenas movedizas: IPYS-2015”; “¿Contrahegemonía? Comportamiento de medios digitales y Twitter durante las elecciones parlamentarias de diciembre 2015” de Carlos Delgado Flores y Anyinet Salom y “Redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de la UCAB” de Richard Tahan. Las secciones *Data* y *Documentos* ofrecen cifras actualizadas y reflexiones sobre la radiotelevisión pública y el estado del arte de Internet en Venezuela. El número 173 de la revista *Comunicación* honra el legado comunicacional de tres insignes pensadores y humanistas: Pedro Llorens, Luis Ramiro Beltrán y Umberto Eco.

¡*Comunicación*, desde ahora, informatizada y en el ciberespacio!

Pensamos insistir



El autor, miembro del Consejo de Redacción de Comunicación, se hace una pregunta que él mismo intenta responder: ¿Por qué insistir? No hay respuesta definitiva a esa interrogante. Nos dice que todavía no hemos encontrado lo que estamos buscando. La clave es seguir porque Comunicación y sus miembros siguen apostando por la vida y sus utopías. ¿Les parece poco?

CARLOS DELGADO FLORES

Hoy, cuando nos reunamos para celebrar los cuarenta años de la revista *Comunicación*, estaremos a su vez celebrando el lema que impulsa estos ocho lustros que la convierten en decana venezolana de las publicaciones académicas dedicadas a la comunicación social: “pensamos insistir”. Escucho el vocablo en mi interior y resuena acompasado con el verso de Rafael Cadenas, en *Memorial*: “la palabra no es el sitio del resplandor, pero insistimos, insistimos, nadie sabe por qué”.

¿Por qué insistir? ¿Es acaso obra de la necesidad? ¿Es un mero ejercicio de la voluntad?

Hace cuarenta años, un grupo de profesores y alumnos dieron forma a una voluntad colectiva, la de reunirse para estudiar y proponer alternativas críticas para la producción de comunicación social que venía haciéndose en el país. Generaron así una publicación modesta como la que más, el boletín *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación. Perspectiva crítica y alternativa*, impreso en multígrafo, con una carátula de cartulina de color, con un tiraje modesto, pero que ya entonces, daba dual expresión de una voluntad: la de conformar una comunidad de aprendizaje y la de permanecer el tiempo que la vida dijera, evolucionando como lo hace la vida misma.



Presentación del libro *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*.



Entrega de reconocimientos a ex-directores y personas que con su trabajo apoyan la publicación.

Es un buen momento para nombrarlos: José Ignacio Rey, José Martínez-de-Toda, Francisco Tremonti, Jesús María Aguirre, César Miguel Rondón, Marcelino Bisbal, Ignacio Ibáñez y Epifanio Labrador.

Buena parte de esa vida ha sido propiciada por la complicidad de la Compañía de Jesús, que ha visto en ella una peculiar forma de apostolado intelectual. Así, orgánicamente, *Comunicación* ha crecido como testimonio del diálogo que sus páginas convocan. La comunidad ha aumentado desde su núcleo inicial y ya cuenta generaciones, sin mencionar a sus lectores, sus interlocutores. Los alumnos se volvieron profesores, los aprendices compañeros y después maestros. Los jóvenes crecieron, se casaron o formularon algunos otros votos. Los ritos del encuentro se fueron multiplicando, esta vez, movidos por la vida que iba fluyendo en el seno de la comunidad: las bodas y los bautizos de hijos y de libros, las conferencias y los recuerdos de viaje, los encuentros, las despedidas, las pocas nostalgias y las muchas esperanzas. Todo esto gira en torno a la cita de todos los miércoles, la reunión de redac-

ción, de la que van saliendo los trabajos que nutren cada número. Así, no menos de 1.600 reuniones, a lo largo de 400 meses (diez por año) han dado vida a 172 números de la revista, compendio de 1.490 artículos desplegados en 17.532 páginas, elaborados por 1.975 colaboradores y es curioso, por demás, este guarismo, ya que 1975 es el año de inicio... Es una buena cosecha, de la cual, francamente, nos enorgullecemos.

Debo además señalar que como comunidad de aprendizaje, nuestra historia no es demasiado original: así ha surgido buena parte de la academia en todas partes del mundo, así ha surgido la nuestra, hoy convertida en la última trinchera contra la barbarie. Así han surgido bandas musicales, colectivos creativos, empresas. Quisiera creer que así surgen los proyectos de cambio, pero sería un pedante si así lo hiciera. Dejo eso sí, la esperanza de que estas páginas le sean de utilidad a quienes han venido y vienen con nosotros, y a quienes vendrán, porque uno de los secretos de la vida —si es que acaso la vida tiene alguno— es su constante vocación por el futuro. Eso la distingue, como vida, del mero hábito de negarse a morir.



Mercedes Pulido saludando al coordinador de la Galería de Papel, Víctor Hugo Irazábal.

Porque soplan vientos de cambio y porque seguimos apostando por la vida y por sus utopías, porque como dice *El Nano*, Joan Manuel Serrat, “sin utopía, la vida sería un ensayo para la muerte”.

¿Pero por qué insistir?

Al final de la presentación del primer número, hay una afirmación: “Conscientes de no estar en posesión de la fórmula para dotar a nuestros países de un sistema perfecto de comunicaciones, nada nos impide y mucho nos obliga a que lo sigamos buscando. Esa búsqueda tenaz es la gran tarea a la que se orienta, desde su mismo nacimiento, este modesto boletín”. La fórmula, ciertamente, no ha aparecido en estos años, pero sí lo han hecho numerosas transformaciones en los procesos de producción de cultura y comunicación social. De muchas de

ellas, la revista ha dado cuenta, reflejando sus contextos, analizando sus potencialidades de transformación social, sin perder de vista que la intención—declarada en el mismo texto—“que nos mueve y que nos moverá en futuros análisis es exclusivamente constructiva y primordialmente creadora, sin olvidar por ello que frecuentemente, una crítica severa y radical es, en este y otros campos, necesaria condición de posibilidad de lo que, no existiendo, debería llegar a existir”.

Insistimos por eso, porque aún no hemos encontrado lo que estamos buscando. Porque aún hay realidades que conocer, poderes que develar, capacidades humanas que acompañar. Porque soplan vientos de cambio y porque seguimos apostando por la vida y por sus utopías, porque como dice *El Nano*, Joan Manuel Serrat, “sin utopía, la vida sería un ensayo para la muerte”.

La buena noticia es que cada vez somos más los compañeros de ruta, desplegados en esta búsqueda, en esta insistencia. Para ellos, vaya la salutación de esta comunidad que hace ya muchos años, se comprometió a seguir.

CARLOS DELGADO FLORES

Periodista. Magister en Comunicación Social. Director del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Profesor de pregrado y postgrado en la UCAB y la UCV. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación

Cuarenta años de la revista *Comunicación*: “Esa búsqueda tenaz”

Estas palabras de la profesora Moraima Guanipa, de la Universidad Central de Venezuela, brindan una panorámica que abarca desde los inicios de la revista hasta nuestros días. Además, nos recuerdan que Comunicación es la memoria investigativa del quehacer comunicacional venezolano y de América Latina. La autora resalta el título del número aniversario, “Pensamos insistir”, como una seña de identidad tanto del pasado como del presente y, por supuesto, del futuro de la publicación.

MORAIMA GUANIPA

En el mundo de las revistas académicas venezolanas alcanzar cuarenta años inintermitidos, casi medio siglo de permanencia, es toda una proeza, por decir lo menos. 172 números acumulan un verdadero récord de continuidad editorial y convierten a la revista *Comunicación* en la decana de las publicaciones venezolanas dedicadas al estudio de la comunicación social en sus más amplios y diversos ámbitos.

Proeza de tenacidad y entrega a un propósito. Esto y más es lo que celebramos esta tarde: las cuatro décadas de la revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*. Nos congrega un nuevo aniversario, cuyas palabras de presentación tengo el honor y el gusto de compartir con ustedes, de esta revista nacida al cobijo de la Compañía de Jesús, de su Centro Gumilla, inicialmente Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín.

Nace *Comunicación*, en 1975, como un boletín creado por un grupo de profesores y alumnos de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, UCAB (1961), la

primera escuela de carácter privado entre las universidades del país dedicada a impartir estudios de comunicación junto a las dos universidades públicas, Universidad Central de Venezuela, UCV (1946), y la Universidad del Zulia, LUZ (1959). El nombre de la revista, *Comunicación*, bien respondía al cambio que estos centros de estudios adoptaron al comienzo de la década de los años 70, cuando pasaron a denominarse Escuelas de Comunicación Social y no de Periodismo, como hasta entonces se llamaban, con un perfil polivalente que atendía al reconocimiento de una creciente diversidad disciplinaria y profesional.

Nace *Comunicación* en un tiempo de conflictos bélicos y crisis políticas: el derrocamiento del gobierno de Salvador Allende en Chile (1973) y la instauración de ominosas dictaduras en el Cono Sur; el escándalo Watergate que llevó a la destitución de Richard Nixon como presidente de los Estados Unidos (1974); el fin de la guerra de Vietnam (1975); el conflicto árabe-israelí, entre otros. En el país entrábamos en la vorágine de

Conscientes de no estar en posesión de la fórmula para dotar a nuestros países de un sistema perfecto de comunicaciones, nada nos impide y mucho nos obliga a que sigamos buscando. Esa búsqueda tenaz es la tarea a la que nos orienta, desde su nacimiento, este modesto boletín”.

una bonanza petrolera que abrió el compás de la “Gran Venezuela”; la nacionalización petrolera; el derroche de recursos y el endeudamiento. Nace en tiempos también de nuevos entusiasmos, algunos de los cuales quedaron en promesas incumplidas o en desafíos que alcanzan nuestro presente: un renovado espíritu latinoamericanista y la revisión crítica del subdesarrollo; el Proyecto

Ratelve, propuesta surgida en el marco de la creación del Consejo Nacional de la Cultura (1974), que aspiraba a la incorporación de un servicio público no gubernamental de radio y televisión en el panorama mediático venezolano; la recuperación de las voces dispersas de esos otros excluidos, aminorados en los discursos del poder político y mediático.

Ya en el primer número de la revista, en el año 1975, su equipo fundador justificaba la existencia de esta publicación a partir de una preocupación que, a pesar del tiempo transcurrido y pese a los avances logrados en términos de nuevas posibilidades comunicativas, sigue vigente: “Consideramos vital y urgente liberar las virtualidades expresivas y comunicacionales de nuestros pueblos latinoamericanos, sumidos habitualmente en un silencio obligado. Conscientes de no estar en posesión de la fórmula para dotar a nuestros países de un sistema perfecto de comunicaciones, nada nos impide y mucho nos obliga a que sigamos buscando. Esa búsqueda tenaz es la tarea a la que nos orienta, desde su nacimiento, este modesto boletín”.

En consonancia con las exigencias de su tiempo, el *Boletín Comunicación*, como se llamó en sus primeros momentos, hizo suya una perspectiva crítica que reconocía y defendía la posibilidad transformadora de la comunicación en nuestras sociedades, especialmente las latinoamericanas, con lo cual se sostenía que la democratización de las comunicaciones constituía un aspecto clave para la democracia. No en vano, una de las líneas más permanentes a la que el equipo de *Comunicación* le ha dedicado su esfuerzo investigativo, y para el cual ha convocado la reflexión de investi-

gadores tanto nacionales como extranjeros, es el de la comunicación alternativa.

Los trabajos y abordajes teóricos, las experiencias sobre comunicación alternativa, como constató Ricardo Martínez (Nº 51-52 Aniversario, 1985): “no es la ‘idea fija’ del equipo *Comunicación* pero es su desarrollo más completo y el que le identifica. Es también uno de los aportes más significativos de un grupo de investigadores venezolanos en la comprensión de la comunicación en América Latina, aporte especialmente valioso si se considera la proverbial dificultad para un esfuerzo reflexivo mantenido, organizado, coherente y permanentemente vinculado a la docencia y a la realidad nacional” (p. 138).

Este constituye con propiedad un *desiderátum* para el ámbito de lo comunicacional en Venezuela y en América Latina. Una comunicación que no esté al servicio de las grandes corporaciones, y su tendencia oligopólica montada sobre la lógica mercantil, pero tampoco instrumentalizada por la mediación gubernamental. Una comunicación no hegemónica sino plural. Este es un eje articulador de la revista y a mi juicio acaso uno de sus legados más perdurables.

Comunicación es en rigor una revista académica, marcada además por el carácter monográfico que tiene desde sus inicios, desde las portadas de manufactura artesanal que sintetizaban el tema central de cada número. Así nació cuando era un boletín que planteaba “una comunicación para comunicadores”. Si bien estaba pensada inicialmente para el ámbito de los profesionales de la comunicación, la revista derivó hacia lo propiamente académico e interdisciplinario. Con su amplitud temática, de metodologías, ganó un renovado impulso al constituirse en referencia para profesores, investigadores y especialmente estudiantes de comunicación y de diversas disciplinas de las ciencias sociales.

Como destacó Antonio Pasquali (Nº 129, 2005), es “una publicación de referencia en epistemología de la comunicación, en el ámbito nacional y latinoamericano” (p. 90). Y este espíritu latinoamericano, esta vocación latinoamericanista se expresa desde sus primeras ediciones, cuando en la revista comienzan a aparecer las principales y más connotadas voces de la investigación en comunicación latinoamericanas: Jesús

Moraima Guanipa durante sus palabras.



Martín Barbero, Mario Kaplún, Néstor García Canclini, Rosa María Alfaro, Raúl Fuentes Navarro, José Marques de Melo, Guillermo Orozco, entre muchos otros.

Temas como las políticas de comunicación y de cultura llegaron para quedarse en las páginas de la revista, al calor de hitos iniciales como las discusiones de la Unesco, del Informe Mac Bride, de un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (Nomic), en el plano internacional, y en lo nacional, con la incorporación de lo comunicativo en el V Plan de la Nación. Lo que fue un hilo temático a finales de los 70 y 80 se prolongaría en las décadas siguientes con las discusiones referidas a los proyectos legislativos y las políticas gubernamentales relacionados con la comunicación y la cultura. No en vano el equipo sostenía que “la pretensión de aislar la comunicación del terreno de la política es la más política de las pretensiones” (Nº 10-11, 1976).

Otro tanto ocurrió con el desarrollo tecnológico de las comunicaciones y las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Desde la polémica irrupción de las máquinas VDT en las redacciones de diarios nacionales en los años 80, desde el número 33-34 de la publicación dedicado a Tecnología y Comunicación (1980) hasta la dimensión global y omnímoda de los desarrollos tecnocomunicativos de alcance planetario que trajo Internet a partir de los años 90, la revista no ha cesado de ofrecer un amplio abanico de abordajes teórico-meto-

dológicos sobre estas espectaculares y no menos dramáticas transformaciones.

Si en las primeras décadas el análisis ideológico de los medios tuvo peso específico en sus ediciones, así como la estructura económica de los medios, particularmente los venezolanos: prensa, cine, radio, televisión, la revista también se abrió a los nuevos paisajes y territorios de lo comunicativo: la cultura urbana, la cultura mediática. De los medios pasamos a las mediaciones, para recordar un título de Martín Barbero. Lo masivo industrial como la cultura de nuestro tiempo, pero no solo desde el “pesimismo cultural” o la mirada ideológica de las industrias culturales. Números como los dedicados a las telenovelas y el cine dan cuenta de estos fenómenos culturales que merecían atención y análisis, en tanto expresan la cultura masiva de nuestro tiempo.

En los años 80 hicieron un ajuste en su nombre. Pasaron de ser *Estudios venezolanos de comunicación. Perspectiva crítica y alternativa*, denominación que encabezaba sus primeros números, a ser *Estudios venezolanos de comunicación*. Revisaron la Escuela de Frankfurt y sus postulados, pero no renunciaron a la perspectiva crítica ni al desmontaje de los dispositivos mercantiles que cebaron el crecimiento y la expansión de las industrias culturales. Como señalaba Marcelino Bisbal al recordar, en los treinta años de la revista, por qué fueron tan determinantes los postulados de Frankfurt: “Estábamos convencidos, y creo que aún seguimos en ese camino, que el teórico crítico era una condición desde la cual analizar el fenómeno de la comunicación secuestrado por ese espacio de las grandes industrias culturales y su cultura de masas que impedía y obstaculizaba (¡todavía!) la necesaria democratización de las comunicaciones” (2005, Nº 129, p. 91).

¿No es acaso esa misma inquietud la que acompaña a la revista en estos tiempos cuando la hegemonía comunicativa viene dada no solo por la expansión de los aparatos mediáticos y de las telecomunicaciones de las empresas privadas con alcance global, sino también de gobiernos en

Comunicación es en rigor una revista académica, marcada además por el carácter monográfico que tiene desde sus inicios, desde las portadas de manufactura artesanal que sintetizaban el tema central de cada número.

De la mano del maestro Víctor Hugo Irazábal, premiado artista venezolano, responsable del diseño y la diagramación, la revista con su sección “Galería de papel” y el uso de obras en sus distintas páginas, es también un compendio de nombres noveles y consagrados de las artes visuales venezolanas contemporáneas.

funciones de Estado? ¿Podía pedírsele menos a una publicación que si en algo no ha cedido es en mirar y escudriñar críticamente el quehacer mediático, sus alcances, su impacto en la sociedad?

Tempranamente se distanciaron de discursos que desde la mirada ideológica y moral justificaron intentos estatizadores que, desde el poder político, pretenden instrumentalizar la comuni-

cación en función de su propio beneficio propagandístico. Defendiendo la libertad de expresión y los derechos a la información y a la comunicación, no han dejado de denunciar también los desmanes y las estrategias del poder mediático, de sus trampas y encantamientos. Tampoco han cedido a los cantos favorables del uso de las nuevas tecnologías, sino que han dado espacio a voces que desde una exhaustiva revisión permiten entrever

los dilemas de un mundo cada vez más interconectado pero que igualmente coloca a las mayorías en el frágil lugar del “interactuado”, como diría Manuel Castells, sometido a los dictámenes del control hegemónico, sea del Estado o de las grandes corporaciones tecnomediáticas.

“Esa búsqueda tenaz” de la que hablaban hace ya cuarenta años, es profesión de fe que le ha permitido a esta publicación tener la suficiente flexibilidad como para anticipar cambios de rumbos en las perspectivas críticas que militantemente mantenían: siguen pensando y persistiendo en aspectos claves como la idea de una comunicación y una democracia comunicativa; en hablar, investigar y dar testimonio de las voces silenciadas del pueblo; en confrontar y no renunciar al necesario escrutinio de los poderes e intereses políticos y económicos, sean oficiales o privados, que intentan enmascarar o imponer agendas comunicativas y culturales.

Tenaces, pero no tercos. Más bien tenaces pero flexibles y, sobre todo, plurales, así ha sido el perfil editorial de una revista que no ha cesado en abrir sus páginas a las más diversas posturas epistemológicas y metodológicas; a investigadores no solo apostados en distintas y

en ocasiones encontradas corrientes del pensamiento contemporáneo, sino también provenientes tanto de universidades y centros de investigación públicos y privados, nacionales e internacionales, como pertenecientes a distintas generaciones. Incluso la conformación del equipo editorial da cuenta de ello cuando a lo largo de estos años se han sumado nombres y presencias provenientes de otras instituciones universitarias, como la UCV y del ámbito profesional de la comunicación. Al equipo fundacional, que merece un aplauso de pie por su iniciativa, conformado por José Ignacio Rey, José Martínez-de-Toda, Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, César Miguel Rondón, Epifanio Labrador y los siempre recordados Francisco Tremonti e Ignacio Ibáñez, cabría añadir una ya larga y destacada lista de nombres hoy vinculados de manera insoslayable a esta publicación que, bien como miembros del Consejo de Redacción, bien en calidad de colaboradores, “siguen considerándose parte de algo”, como diría Jesús María Aguirre (Nº 100, 1997)... parte de esa comunidad que es *Comunicación*.

Pero la tenacidad también está en la disciplina que contagia y comunica un equipo que en la diversidad de su condición, religiosos y laicos, también cumplen con rituales como el hecho de contar con un consejo editorial que tiene la ya legendaria costumbre de reunirse religiosamente, es decir semanalmente desde hace décadas. Todo un logro en un país que, como el nuestro, ha hecho de la discontinuidad y la improvisación las hila-chas del tejido de Penélope.

La revista destaca no solo por ser la más antigua de las publicaciones especializadas en comunicación en el país y acaso en Latinoamérica. También pongo el acento en el hecho que *Comunicación* es una suerte de experiencia de lectura híbrida o en dos niveles, al combinar con sabiduría y buen tino el saber y rigor académico –con sus protocolos y exigencias teórico-metodológicos– con un carácter divulgativo que pone a disposición de un público no especializado ni necesariamente conocedor del campo comunicativo, una variedad de temas y abordajes que enriquecen la visión en presente del devenir comunicacional venezolano e internacional.

Episodios y fracturas en el devenir nacional como los sucesos del 27 y 28 de febrero de 1989;

la masacre de El Amparo; la intentona golpista del 4 de febrero de 1992, por solo citar algunos, e incluso internacionales, como la Guerra de las Malvinas o los Juegos Olímpicos, fueron vistos, analizados desde una perspectiva comunicacional. También cuentan con una sección que han mantenido desde sus primeros años: “Actualidad”, en la que se tocan y comentan tópicos vinculados con el devenir sociopolítico nacional e internacional, además de ofrecer la agenda de eventos y sucesos. Todo ello, junto con una sección de reseña de libros, le otorga a la revista un patrón ameno, además de que permite seguir el hilo de una historia que ya cuenta cuarenta años de acontecimientos, personajes, hechos de la comunicación del país y de otras latitudes. Quizás por eso, la revista pueda ser leída según se quiera o prefiera en modo de publicación de trabajos arbitrados o en el registro coyuntural de hechos referidos a las comunicaciones.

Como parte del rigor y el cuidado por la memoria investigativa que sus ediciones recogen, la revista ofrece índices actualizados que responden, hoy como ayer, a estándares internacionales que facilitan la indexación y la búsqueda por temas, autores, palabras clave, (tesauros). También resulta destacable el hecho, que cualquier internauta agradece, de tener a su disposición el registro de la revista en las páginas del Centro Gumilla, al cual está adscrita desde 1985, en su sitio web: (www.centrogumilla.org). Allí se puede acceder a la revista y todos sus números desde 1975, hoy en día disponibles en Internet, lo que les garantiza una difusión ilimitada.

Hay otro aspecto al que quiero referirme. La revista vivió un proceso de cambio que tocó incluso su presentación y diseño. El modesto boletín mimeografiado, en formato de cuaderno, de apenas 28 páginas engrapadas, dio paso a cambios en su número de páginas (más de 140) y formatos: “Las críticas por la presentación deficiente –escribe el equipo en 1980–, el aumento en los costos de papel, y en fin la seguridad que nos ha otorgado la aceptación creciente por parte de los suscriptores tanto nacionales como internacionales, nos ha animado a esta transformación sin variaciones en el precio” (Nº 25-26, 1980, p. 4), que por entonces era de 8 Bs. Y vaya que sí lo hicieron y lo lograron: en los años 90 cambiaron

al formato tal y como hoy lo conocemos, pero además la revista, que en sus anteriores etapas sumó ilustraciones y dibujos tomados de diversas fuentes, se abrió a un diseño en el que lo gráfico no fue mera ilustración de cada trabajo, sino que se convirtió en una marca particular de identidad, en parte integral del concepto y del diseño.

De la mano del maestro Víctor Hugo Irazábal, premiado artista venezolano, la revista, con su sección *Galería de papel* y el uso de obras en sus distintas páginas, es también un compendio de nombres emergentes y consagrados de las artes visuales venezolanas contemporáneas. Víctor Hugo Irazábal y la diseñadora Verónica Alonzo hacen de cada número una suerte de edición única, como esta edición aniversario, con piezas del propio maestro Irazábal.

Hace casi veinte años, cuando el equipo de *Comunicación* pasaba revista a los cien números publicados, algunos de sus miembros veían improbable que la publicación alcanzara su número 150 o 200 en el formato impreso (Nº 100, 1997, p.p. 4-9). Hoy un presente igualmente tenaz hace posible que celebren su 40 aniversario con una edición en papel, el número 172. Llegan a cuarenta años de existencia y en la portada de este número aniversario destaca un lema que es seña de identidad tanto de su pasado como de su presente y futuro: “pensamos insistir”.

Insisten, ergo existen.

Son tenaces, no hay duda.

Y qué bueno que así sea.

¡Salud!

MORAIMA GUANIPA

Profesora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV), donde se desempeña como Jefa del Departamento de Periodismo. Licenciada en Comunicación Social, Universidad del Zulia (LUZ) y Magister Scientiarum en Literatura Venezolana (UCV).

Episodios y fracturas en el devenir nacional como los sucesos del 27 y 28 de febrero de 1989; la masacre de El Amparo; la intentona golpista del 4 de febrero de 1992, e incluso internacionales, como la Guerra de las Malvinas o los Juegos Olímpicos, fueron vistos, analizados desde una perspectiva comunicacional.



APORTES

GALERÍA DE PAPEL ALICIA DE LIMA / 2016





GALERÍA DE PAPEL ALICIA DE LINNA / 2016

Reinventemos el periodismo

Editores, periodistas y académicos discutieron en la UCAB acerca del tipo de medio que está surgiendo en las plataformas digitales, las rutinas que se imponen y los modelos de negocio que adaptan los nuevos emprendimientos periodísticos.

LUIS ERNESTO BLANCO

La forma en la que ejerció el periodismo hasta hace poco más de una década se transformó y no es factible pensar que se volverá al pasado. Las audiencias ya no son las mismas: la generación que hoy tiene entre 20 y 30 años combina contenidos de medios tradicionales con puntos de vista y comentarios de nuevos formadores de opinión en la plaza pública digital; ya no se detiene en lealtades, pasa de un emisor a otro sin pestañear.

Ante eso, los medios están experimentando reacomodos para adaptarse a las nuevas plataformas y a esos nuevos mercados, tanto en el modo como cuentan las historias como en la sustentabilidad. La realidad es que la viabilidad del negocio está en entredicho y sigue sin encontrarse un “modelo” que haga rentable las nuevas plataformas.

Debido a esta preocupación, el Medialab UCAB, conjuntamente con Medianálisis y con el apoyo del Centro de Investigación de la Comunicación UCAB y la Escuela de Comunicación Social, organizó durante el mes de junio una actividad denominada *Reinventemos el periodismo*. Se trató de dos foros que contaron con invitados nacionales e internacionales a través de video-

conferencias, cuyo propósito fue mostrar a los estudiantes de periodismo de esa universidad la forma como se cuentan las historias desde los nuevos medios y los modelos de negocios posibles que hay detrás.

VERSÁTIL CON LAS HERRAMIENTAS, INFLEXIBLE CON LOS PRINCIPIOS

La sesión dirigida a entender cómo se hace periodismo en los nuevos medios contó con la participación, vía videoconferencia, de Ramón Salaverría (Universidad de Navarra) y la presencia en sala de Celina Carquez (*Cronica.uno*) Jeanfreddy Gutiérrez (*El Cambur, el medio del centro*). Lo primero que hizo Salaverría fue desmitificar el tema de los nuevos medios. “Llama la atención la utilización del calificativo ‘nuevos’ para mencionar medios digitales. Los que tienen veinte años no han visto más medios que esos, así que seguir caracterizando a los medios digitales como nuevos es una connotación que en sí misma lleva una carga conservadora y tradicional”.

Para Salaverría hablar de periodismo digital en 2015 es una tautología porque cualquiera que sea el tipo de medio, sus actividades de investigación, producción y difusión de contenidos se realizan

APORTES

utilizando tecnologías y procesos de carácter digital. “Si uno está trabajando en un medio para la web, toda la cadena de producción está caracterizada por ese denominador común, pero en los denominados medios analógicos, incluso un periódico, todos los eslabones de producción, previos a la impresión y distribución física del periódico, se hacen de manera digital. No existe

tal periodista que trabaje con una máquina de escribir, con papel carbón, sin buscar referencias en las redes digitales”.

Señaló además que habría que entender desde el punto de vista gramatical y profesional que lo digital está al servicio del periodismo y ningún periodista debe dejarse obnubilar por las posibilidades de las tecnologías. “Cuando uno se orienta al periodismo digital, lo importante no es cultivarse en las destrezas tecnológicas,

sino desarrollar un adecuado perfil profesional como periodista; que sea un buen periodista. Esto significa ser versátil con las herramientas pero inflexible con los principios.”

En cuanto a la formación de los futuros comunicadores, le parece un error centrar la formación en el dominio de las destrezas, porque eso es algo que termina quedándose obsoleto en muy poco tiempo. A su juicio es mucho más adecuado cultivarse adecuadamente en los fundamentos, en los principios, que puedan adaptarse al ritmo del cambio de las tecnologías.

El catedrático de la Universidad de Navarra y autor, entre otros libros, del *Manual de redacción ciberperiodística*, establece cinco rasgos principales que deben acompañar a un periodista:

- ▀ Sentido crítico: capacidad de distinguir lo relevante de lo accesorio; actuar con prudencia, distinguir lo verdadero de lo falso. Las tecnologías son capaces de sustituir las actividades físicas o aquellas que no tienen alta carga intelectual. Un periodista que pretenda no ser sustituido por las máquinas debe cultivar su capacidad crítica.

- ▀ La honradez: hay que actuar de manera honrada con las fuentes y con el público. Este carácter ético debe formar parte de los atributos del periodista en su actuación cotidiana.

- ▀ La destreza comunicativa: es esencial la capacidad de expresarse de manera rica, concreta, utilizando las posibilidades comunicativas que ofrecen las redes digitales. Poner el lenguaje multimedia al servicio de un único mensaje.

- ▀ La agilidad: los periodistas desde siempre han tenido que lidiar con la falta de tiempo. Ya desde el siglo XIX, han estado obligados a actuar en un contexto de urgencia temporal que ya no es días u horas, sino minutos o segundos.

- ▀ Finalmente, está el dominio de la técnica, incluye aspectos de seguridad digital que lo proteja y proteja sus fuentes y su investigación.

LA HOJA DE EXCEL COMO FUENTE

Una de las nuevas rutinas aparecidas con los medios digitales es el llamado periodismo de datos, al cual se refirió Jeanfreddy Gutiérrez, periodista que viene realizando trabajos de esta naturaleza para elcambur.com.ve, un medio digital venezolano que se define como periodismo de centro. Para Gutiérrez, el primer paso para hacer periodismo de datos es perder el miedo a la hoja de Excel; “verla y entender que allí también hay noticia”

A pesar de que Venezuela está en mora con la aprobación de una ley de acceso a la información pública, con lo cual, hasta el Banco Central de Venezuela elude su obligación de publicar datos de inflación, índice de desabastecimiento y otros indicadores macroeconómicos, existen noticias escondidas dentro de una memoria y cuenta, un registro policial y otros documentos que en apariencia son ásperos e impenetrables. “Cualquier persona que quiera hacer periodismo de base de datos, no debe comenzar por el final; no debe comenzar diciendo que quiere hacer infografías bonitas que expliquen el concepto; lo primero es “*escudriñar* en los datos”, señala Gutiérrez, quien sostiene que una obligación del periodista es revisar estadísticas, revisar datos oficiales y no quedarse solamente con la declaración del vocero, porque eso puede significar una visión equivocada de la magnitud del problema.

RAMÓN SALAVERRÍA

Cuando uno se orienta al periodismo digital, lo importante no es cultivarse en las destrezas tecnológicas, sino desarrollar un adecuado perfil profesional como periodista; que sea un buen periodista. Esto significa ser versátil con las herramientas pero inflexible con los principios.

En una hoja excel, en una tabla, puede estar la información que confirme o rebata la declaración oficial, que por lo general aspira a que nadie se va a tomar la molestia de revisar, de confirmar la memoria y cuenta, ni otros documentos oficiales.

El periodismo de datos tiene el reto de usar las herramientas digitales para contrarrestar y contrastar a las fuentes. “Acá es importante no proteger las fuentes; al contrario, cuando se consigue algo hay que decirle al lector de dónde salieron los datos, e incluso las técnicas usadas para rescatarlos porque el periodismo de datos se basa en la transparencia y esto comienza por el propio periodismo”.

La clave está en el dominio de la fuente que permita interpretar una tabla, entrevistar una hoja de cálculos que posee mucha información. Para ello es necesario saber cuáles son las preguntas que deben hacerse, que la gente quiere saber. Otra característica del periodismo de datos es que muchas de las herramientas de visualización que existen en la web permiten que no solamente el periodista se haga las preguntas, sino que la audiencia se haga sus propias preguntas y obtenga las respuestas.

VENCER EL CERCO COMUNICACIONAL

A Celina Carquez le tocó hacer la transición de los medios impresos a los digitales. Después de una dilatada trayectoria como reportera de la versión impresa de *El Nacional*, está ahora en *cronica.uno* un medio comunitario en la web, enfocado a los estratos D y E. “Decidimos atacar este nicho y enfocarnos a esos estratos porque esa población está más afectada por el cerco comunicacional y la única versión que reciben es la que llega a través de los medios oficiales y de la propaganda gubernamental. La clase media puede vencer el cerco comunicacional”.

Aunque en Venezuela muchos creen que Internet sigue siendo un fenómeno de clases medias, más de la mitad del país tiene actualmente conexión, lo cual evidencia que las clases populares también usan las plataformas digitales para compartir información y eso es parte de la apuesta de *cronica.uno* para conquistar estratos socioeconómicos más deprimidos. “Es muy importante la crónica para contar las historias de

la gente y los temas nacionales de forma que todos lo entiendan. Sentimos que hay un divorcio entre lo que percibe la gente de las comunidades y lo que realmente le pasa; también hemos entendido que las plataformas son otras. Nosotros usamos todas las herramientas posibles y cada una tiene un impacto distinto, pero en las comunidades lo que más se utiliza es Facebook, en vez de Twitter, que es más de clases medias. Trabajamos con Piktochart, Google Drive, Google Analytics para medir; pero nuestra prioridad es tener una historia y generar confianza en nuestra audiencia. No funciona ir, hacer un reporte y no regresar: se trata de ir, volver, insistir”.

RENTABILIZAR EL PERIODISMO

Nuevos medios han surgido en la plataforma digital, con enfoques particulares y aunque cada vez más son consultados por las audiencias y generan incidencia en la opinión pública, sigue siendo una tarea pendiente el tema de la sostenibilidad. A pesar de eso, han surgido estructuras de negocio y modos de financiamiento que los hacen viables. Sobre esos temas conversaron también en el Centro Cultural de la UCAB, los editores Omar Lugo (elestimulo.com) y Angel Alayón (prodavinci.com) acompañados de forma virtual por Enrique Naveda (plazapublica.com.gt) y Guillermo Franco (pulzo.com), para contar las experiencias de sus propios medios e iniciativas en el marco de la sesión denominada “Cómo se gerencian los nuevos medios”.

LO IMPORTANTE ES QUE SE DIVULGUE

La Universidad Rafael Landívar de Guatemala tuvo la iniciativa de crear un medio de comunicación dirigido a abordar los grandes temas nacionales y hacer pública información sensible para el país. Así nació *Plaza Pública* (plazapublica.com.gt), un medio digital que actualmente se compone de unas quince personas y cuya estructura sigue a cargo de la universidad, pero que también se apoya en organizaciones de cooperación interna-

CELINA CARQUEZ

Es muy importante la crónica para contar las historias de la gente y los temas nacionales de forma que todos lo entiendan. Sentimos que hay un divorcio entre lo que percibe la gente de las comunidades y lo que realmente le pasa; también hemos entendido que las plataformas son otras.

APORTES

cional como Open Society Foundations y la ONG Hivos International <https://www.hivos.org/>

El apoyo se obtiene en dos vías: apoyo al *crowdfunding* y la segunda vía es por proyectos; coberturas concretas de temas de interés nacional, como fue el caso del juicio por genocidio contra el expresidente Ríos Montt. “Era la primera vez que se juzgaba a un jefe de Estado por genocidio en Guate-

mala; eso tenía mucha relevancia internacional y la cobertura era muy costosa porque significaba no solamente estar atentos a lo que ocurría, sino hacer la reconstrucción histórica, meterse en los archivos y revivir el caso”, dice Enrique Naveda, integrante del equipo de *Plaza Pública*, para quien lo más importante es que el contenido se divulgue, que el país los entienda y es por ello que sus contenidos pueden ser tomados y compartidos por cualquiera, siempre que se cite la fuente.

ÁNGEL ALAYÓN

Para el editor de *Prodavinci* (prodavinci.com) la clave del emprendimiento periodístico es primero que nada, partir de una necesidad: “yo como lector me sentía insatisfecho de las lecturas que conseguía en Venezuela; cuando leía otras revistas de afuera yo decía ¿por qué este tipo de trabajo periodístico no se puede hacer en Venezuela?”

NECESIDAD Y PASIÓN

Para Angel Alayón, editor de *Prodavinci* (prodavinci.com) la clave del emprendimiento periodístico es primero que nada, partir de una necesidad: “yo como lector me sentía insatisfecho de las lecturas que conseguía en Venezuela; cuando leía otras revistas de afuera yo decía ¿por qué este tipo de trabajo periodístico no se puede hacer en Venezuela? Allí comenzó todo, pero es imposible hacerlo sin sentir pasión; porque uno pasa mucho tiempo trabajando como un lobo solitario, aprendiendo de cosas que no sabes, quejándote de cosas que crees que van a funcionar y no funcionan.”

Prodavinci nació en el formato *blog* con el apoyo de un grupo de amigos poetas, narradores, periodistas, economistas, que en lugar de escribir en sus propias plataformas, aceptaron el llamado de Alayón de apoyar una única iniciativa. “Siempre fue un emprendimiento de bajo costo y lo sigue siendo. Lo que le ofrecíamos a los participantes era poner sus trabajos en una vitrina interesante. Es una página de autor, que se distingue en función de la gente que lo está publicando”.

Una vez agotado el formato *blog* se transformó en una revista digital que consigue la mayoría de su tráfico con el apoyo de las redes sociales y el boca a boca de la gente. “Está claro que se pueden conseguir *clicks* fáciles poniendo mujeres semidesnudas o elementos escandalosos, o sesgar la publicación de sucesos, pero ese es un tipo de audiencia que no es la que se plantea *Prodavinci*, que quiere compartir algunas ideas, análisis, periodismo de explicación para que la gente pueda, a partir de allí, comentar sobre el tema”.

Desde el punto de vista de la gerencia el principio básico ha sido mantener los costos fijos muy bajos. “La apuesta es una a largo plazo y no hay que temer al fracaso. Un fracaso no te debe detener, es un aprendizaje, da una serie de lecciones para un próximo emprendimiento”.

LO DIGITAL COMO REFUGIO

Omar Lugo viene de los medios impresos. Antes estuvo en *El Mundo Economía y Negocios* hasta que el cambio de línea editorial promovido por los nuevos propietarios de la Cadena Capriles obligó su salida. Está ahora en *El Estímulo* (elestimulo.com), que forma parte de una plataforma multi-marca que incluye *Urbe bikini*, *Bienmesabe*, *Climax* y *El Capital*. Su modelo de negocio se basa en la publicidad.

Para hablar de emprendimientos periodísticos en Venezuela señala que lo más importante es tomar en cuenta el entorno para diferenciarse y tener éxito en medio de un ecosistema donde proliferan medios, unos más reconocidos que otros, con más credibilidad y también una zona oscura de portales, que no sabemos quiénes son. Gente que crea medios porque cree que es una forma de manipular.

Para Lugo, el periodismo digital tiene muchas limitaciones. “Uno de los errores es pensar que lo que funciona afuera funciona aquí también. Acá es otro contexto, por la seguridad, por la conectividad, por el tráfico. Eso hace de Venezuela un laboratorio único también para gestión de medios de comunicación”.

En el caso de *El Estímulo* no es Twitter, como pudieran muchos creer, la fuente fundamental de tráfico. “Google nos aporta más. El factor diferencial es el contenido, que la gente lo comente y lo comparta”.

CURAR Y AGREGAR

Guillermo Franco, autor de libro *Cómo escribir para la web* (https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf), habló de su experiencia al frente del medio colombiano *Pulzo* (pulzo.com) que antes de cumplir dos años de existencia ya se ubica entre los cinco portales informativos más consultados de su país. “Nuestro foco no es la generación de contenido propio, sino la agregación y curaduría. En ese proceso buscas, seleccionas y presentas a la gente lo que crees que es la información más relevante. Nosotros agregamos valor. Hacemos agregaduría de medios nacionales, internacionales, radio, TV, impresos y el resultado lo ven al aire, presentando los contenidos de la forma más conveniente para el entorno digital en el que hacemos las cosas”.

Pulzo comenzó como un emprendimiento. Un fondo de inversión colocó un capital de riesgo y por ahora buscan el punto de equilibrio con el modelo de publicidad y el contenido patrocinado. Actualmente maneja un equipo de 24 periodistas en una operación de 24/7 “Esa operación está organizada según los ciclos de información que curamos nosotros. La radio maneja la audiencia en la mañana, al mediodía la TV y en horas del amanecer los periódicos. Europa en horas de la tarde”.

El proceso de agregación de valor que señala Franco considera varios aspectos: “El más básico, entregar una síntesis escrita para la web, para el medio digital; también está la confrontación de versiones, la contextualización, la titulación atractiva. En el mundo de Internet esa agregación y curaduría tienen una razón social de ser; que alguien te diga qué es lo relevante tiene un valor agregado. Allí es donde uno encuentra las diferencias”.

DESAFÍOS EN EL HORIZONTE

Las transformaciones que están ocurriendo dentro del periodismo son universales, aunque se complican especialmente en el panorama local, caracterizado por una censura cada vez más férrea y limitaciones de todo tipo a la libertad de expresión y el acceso a la información. La plataforma digital ha servido de refugio no solamente a nuevos emprendimientos, sino también a medios tradicionales que no son provistos de los insumos básicos para mantener su operación. El tema de la seguridad digital también comienza a ser parte de las

preocupaciones cotidianas de los periodistas que sienten que su actividad en la web es permanentemente vigilada y controlada.

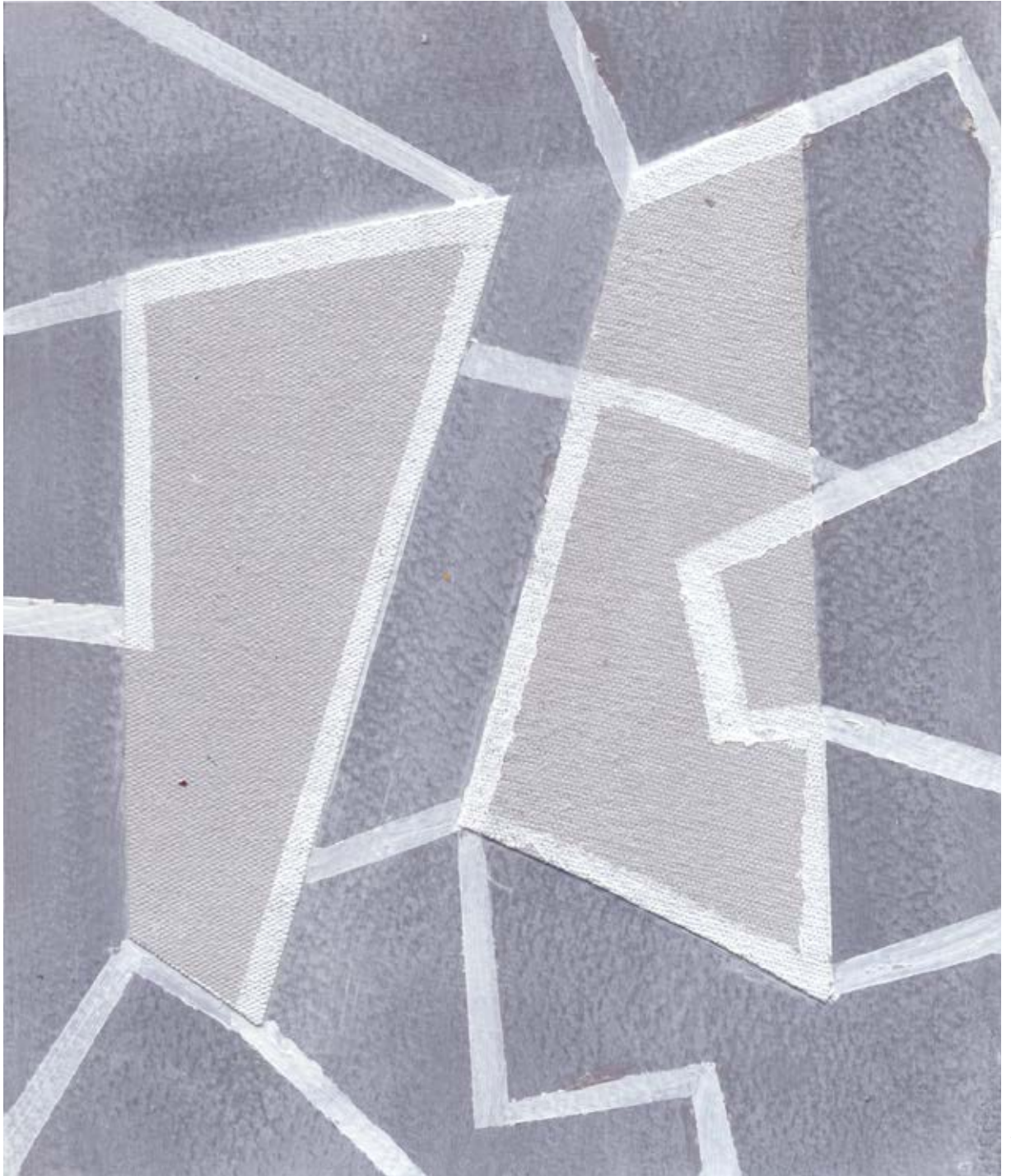
Sin embargo, aunque la modificación de los modos de narrar y de los modelos de negocio seguirá siendo una constante, los participantes de ambas coincidieron en que la clave está en la pasión por la información y un respeto por el público.

Referencias

- Crónica Uno* <http://www.cronica.uno/>
El Cambur <http://www.elcambur.com.ve/>
El Estímulo <http://elestimulo.com/>
Plaza Pública <http://www.plazapublica.com.gt/>
Prodavinci <http://prodavinci.com/>
Pulzo <http://www.pulzo.com/>
Ramón Salaverría <http://www.salaverria.es/>

LUIS ERNESTO BLANCO

Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello. Profesor de pregrado y postgrado en la UCAB.



GALERÍA DE PAPEL. ALICIA DE LIMA / 2016

Implicaciones del Foro Económico Mundial 2016 para la divulgación científica

El artículo es una reseña de los principales aportes generados por el Foro Económico Mundial durante su reunión del año 2016. El autor destaca principalmente los temas del consumo del usuario digital, los modelos de negocio dentro de la web, los problemas éticos y legales y lo que tiene que ver con la fragmentación digital. Los aportes serán analizados con interés en su aplicación a favor de la divulgación científica y de la generación de políticas públicas de comunicación de la ciencia aplicables en Venezuela.

JOSÉ LUIS PÉREZ

La ciencia y la tecnología han sido pilares fundamentales para el progreso humano. Hoy en día, así sea inadvertidamente, es casi imposible que una persona no haya tenido contacto con alguno de los logros pasados y presentes del desarrollo científico tecnológico: hasta la ropa que usted lleva puesta, lector, es producto de cientos de años de pequeñas innovaciones que llevaron a que hoy en día un vehículo distribuya el producto de una fábrica de textiles diseñados para cumplir con condiciones específicas de rendimiento y de apariencia.

Por supuesto, así como la ciencia y la tecnología son relevantes, también lo es la comunicación de sus logros. Especialidades de la Comunicación, como la Comunicación para el Desarrollo y el Periodismo Científico, así como múltiples organizaciones internacionales como la Organización de Naciones Unidas o la Organización de Estados

Americanos, reconocen que la divulgación de contenidos científicos y técnicos colabora con el progreso social. Entre otras cosas, estimula el pensamiento crítico, la innovación, la adaptación a las innovaciones, la actualización tecnológica y el consecuente desarrollo económico y educativo que supone tal empoderamiento de la sociedad, de ahí que sea relevante la constante revisión de estrategias para mejorar la comunicación pública de la ciencia y permitir que el desarrollo sea más que un retórico encendido de “motores”.

Con ánimo de colaborar con el progreso global, el Foro Económico Mundial —una organización internacional sin fines de lucro creada en 1971 cuya misión es la cooperación pública y privada (World Economic Forum, 2016a)— se reunió durante enero de 2016 en Davos, Suiza, para analizar la agenda global, regional e industrial con foco ineludible en la Comunicación, especialmente la digital,

APORTES

por su indudable crecimiento y utilidad económica para el desarrollo.

Este análisis considerará los aportes de tres informes generados por el Foro durante su reunión 2016, cuyo contenido estuvo centrado en los patrones de consumo del usuario digital, los modelos de negocio dentro de la web, aspectos éticos y legales de discusión actual y la fragmentación de lo digital. Los aportes serán analizados con interés en su aplicación a favor de la divulgación científica y de la generación de políticas públicas de comunicación de la ciencia aplicables en Venezuela.

(...) dentro de las redes sociales, la “divulgación” unilateral deja de ser eficiente. El periodista debe divulgar dentro de la lógica de las redes: producir contenido agradable e interesante para crear comunidades prosumidoras.

PATRONES DE CONSUMO DEL USUARIO DIGITAL

De acuerdo con el Foro Económico Mundial (2016), en sus informes *The Impact of Digital Content: Opportunities and Risks of Creating and Sharing Information Online* y *Digital Media and Society Implications in a Hyperconnected Era*, los usuarios digitales se caracterizan por tener un consumo móvil, especialmente en los países en vías de desarrollo, como Venezuela. Esto plantea un primer reto para la divulgación científica: los contenidos científico tecnológicos de naturaleza divulgativa para web deben estar adaptados para la visualización a través de dispositivos móviles (y para las capacidades de la banda ancha nacional). Si el usuario tiene dificultades para consumir la información y la abandona, será una oportunidad de comunicación eficaz perdida.

Además, *la actividad preferida del consumidor digital es la participación en redes sociales*, lo que convierte a esos espacios en medios indiscutibles para comunicar la ciencia y obliga a la formación de periodistas competentes para la escritura para web en distintas plataformas, en distintos formatos, para múltiples audiencias, fuera de los medios masivos tradicionales: dispuestos a la actualización constante en nuevas tecnologías y nuevas redes sociales; y capacitados para dialogar con su audiencia y generar un público cautivo, pues *su consumo es personalizado y flexible*, en la medida en que las

redes sociales les permiten controlar qué ver y hacen ofertas basadas en sus patrones de uso. En otras palabras: dentro de las redes sociales, la “divulgación” unilateral deja de ser eficiente. El periodista debe divulgar dentro de la lógica de las redes: producir contenido agradable e interesante para crear comunidades prosumidoras.

El consumo digital también se caracteriza por ser rápido, instantáneo y conveniente: al menos en los países desarrollados, “el internet rápido y las nuevas tecnologías (hardware y software) permiten un mejor acceso y uso, y contenido enriquecido” (World Economic Forum, 2016: 6). Aunque Venezuela no goza ni del Internet más rápido ni de las tecnologías de la comunicación más modernas, la mejora del rendimiento de los servicios de comunicación de la ciencia es una oportunidad que requiere conocimientos similares a los de la adaptación a móvil: realizar contenidos cuya carga, descarga y visualización sea más simple y más amena, lamentablemente en detrimento de la calidad, en el caso de videos, audios y animaciones.

El usuario de Internet tiene acceso a mucho más contenido, pero la variedad no supone mayor calidad o profundidad, lo que ofrece una oportunidad enorme para los periodistas que sean capaces de brindar contenidos veraces y simples que desarrollen contenidos profundos. Aparte, aunque haya más contenido, el acceso a ese contenido está limitado porque *la producción digital está fragmentada* en la medida en que los consumidores acceden a la información, de fuentes múltiples, desde dispositivos distintos. Nuevamente el imperativo para el periodista es la formación para adaptarse a todas las plataformas posibles.

Al menos por sus orígenes, el ideal del Internet era una red libre y accesible para todos. La fragmentación es limitación de ese ideal.

A manera de resumen, el informe *Internet Fragmentation: An overview* (2016) propone la existencia de tres formas de fragmentación: técnica, gubernamental y empresarial. La fragmentación técnica se refiere “a las condiciones inherentes a la infraestructura que impiden la habilidad de los sistemas para interoperar plenamente, intercambiar paquetes de datos o para que internet funcione consistentemente”. La fragmentación gubernamental y la empresarial “son las

políticas y acciones que constriñen o previenen ciertos usos del internet para crear, distribuir o acceder a recursos informativos”, según su origen. (World Economic Forum, 2016d: 7)

La interacción digital en las redes sociales es colectiva. Aparte de que el usuario puede decidir qué ver, también depende de él qué compartir, pero es un hecho que la entrada de un periodista puede ser compartida por un consumidor a su red, y que si la asociación de la red está vinculada por el interés temático, el mismo contenido puede ser compartido nuevamente, permitiendo entonces una divulgación eficaz y la conformación de redes de consumo de información científica que no solo favorecen al periodista, sino a la sociedad, pues a la larga afectan la cultura científica: “La posibilidad de conectar, compartir, recomendar y comunicar genera una experiencia colectiva que moldea no solamente a los comportamientos y preferencias, sino también a una conciencia colectiva de creencias compartidas, ideas y actitudes morales”. (World Economic Forum, 2016c: 6)

Además, según el Foro Económico Mundial, “la publicidad digital tradicional está perdiendo su eficacia” (World Economic Forum, 2016c: 6). Básicamente, la mezcla entre un usuario digital constante y la creatividad de la promoción en favor de mejores experiencias estimulan más el deseo de pagar del consumidor. Esa experiencia pasa por otorgarle al usuario contenidos veraces y claros, coherentes con los valores de la empresa o con las expectativas de cambio del consumidor y sin perjuicio de la seguridad de sus datos personales.

El poder para restringir los contenidos ha afectado a la publicidad. Cada vez son más los usuarios que utilizan aplicaciones para bloquearlas en sitios web, por lo que la posibilidad de generar ganancias a partir de lo digital parte de conocer al cliente y, con base en su uso de aplicaciones y la información que ceda, de adaptar las ofertas a sus particularidades:

Desde la perspectiva del marketing, aquellos capaces de personalizar las publicidades para comunicarse con los consumidores de manera significativa estarán en una mejor posición para atraer a esos usuarios. Esto fuerza la innovación dentro de una industria bien establecida que deberá

enfocarse en crear publicidad de mayor calidad. (World Economic Forum, 2016b: 9)

ACERCAMIENTO AL USUARIO A PARTIR DE SUS PATRONES DE CONSUMO

La divulgación de la ciencia es un reto complejo, pues no es un producto de consumo cultural muy popular, a diferencia de otros productos mediáticos culturales. Aun así, el esfuerzo debe ser realizado y la vía, al menos según los informes del Foro Económico Mundial, no es la diseminación unilateral, sino *la producción dentro de la lógica de las redes*:

El nuevo modelo de promoción enfatiza la creación de un contenido que, debido al valor agregado que posee, permita a la marca ganar espacios gratuitos. La meta es estimular que los usuarios se conviertan en el conducto de divulgación de los mensajes empresariales. (World Economic Forum, 2016c: 22)

Ahora, la eficiencia del acercamiento al usuario depende de que el profesional sea capaz de localizar y describir a su consumidor con base, precisamente, en su actividad digital, lo cual *requiere del periodista competencias para la investigación de audiencias y para el diálogo constante con ellas*, con el fin de generar confianza, lealtad y compromiso hacia sus productos:

Los datos generados por los individuos a partir de su uso intencional de los medios digitales pueden ayudar a los negocios a desarrollar productos y servicios mejor alineados con las necesidades del consumidor, dándoles a los usuarios acceso a más productos deseables a un menor costo, pero esos datos también pueden ser usados para minar la credibilidad de los actores digitales. (World Economic Forum, 2016c: 22)

Con respecto a las empresas y a sus empleados, los informes señalan la importancia de los empleados que creen en los valores empresariales para el fortalecimiento positivo de la imagen de los productos y servicios ofrecidos, en la medida en que su opinión sobre la empresa y sus actividades sale de las oficinas hacia sus conversaciones en las redes sociales. En otras palabras, *el*

APORTES

periodista científico no puede ser simplemente un trabajador, tiene que creer en la importancia de la ciencia. Igualmente, la participación coherente y con transparencia de las empresas en proyectos de responsabilidad social empresarial estimulan las decisiones de las audiencias. *Las empresas periodísticas que divulgan ciencia, tienen que apoyar iniciativas científicas.*

MODELOS DE NEGOCIO INCIPIENTES

El crecimiento del sector digital y el poder de las comunidades de las redes sociales sobre la reputación de las marcas han llevado a que las empresas ingresen a la web, adapten sus modelos de negocio a la nueva realidad, investiguen a su público y procuren una mejor relación con los consumidores-usuarios digitales.

En la actualidad, y según los informes del Foro Económico Mundial, las empresas están experimentando con el modelo de suscripciones, de venta de datos, de adquisición de productos de realidad virtual y de servicios de comercio electrónico, pero las estrategias están sujetas a cambio, pues el negocio publicitario digital está en pleno desarrollo. Aun así, es indiscutible, según los autores, que la web impacta sobre los negocios: “El balance del poder, al menos en lo que corresponde a los medios, ha comenzado a desestabilizarse, dándoles a los individuos un poder sin precedentes para generar conversaciones acerca de los negocios y de sus problemas” (World Economic Forum, 2016b: 12).

Aunque es difícil calcular el retorno de ganancias en el caso de la inversión en lo digital, más si se trata del retorno directo, *las redes sociales pueden ser útiles para los negocios*, incluidos los individuales. Sirven, entre otras cosas, para:

Estimar las actitudes, temas de conversación y emociones relacionadas a una marca; para optimizar las estrategias de marketing, sus tácticas y su presupuesto; entender el rol de las redes sociales en la generación de ingresos; reducir los riesgos y pérdidas operativas durante la captación y retención de empleados; mejorar las relaciones con los

clientes a través de canales sociales y digitales; descubrir riesgos de productos y servicios e incrementar nuevas oportunidades. (Carr, 2012, cp. World Economic Forum, 2016b: 13)

Ahora, socialmente, *la actividad digital posee evidentes beneficios*: “Facilita la interacción social y empodera a los individuos, ofrece opciones para la participación civil y favorece la creación de comunidades, amplía la flexibilidad (laboral) para trabajadores y empleados, colabora con el aprendizaje a largo plazo” (World Economic Forum, 2016: 6). Los beneficios sociales del trabajo del periodista científico pueden ser, precisamente, el gatillo para obtener ganancias económicas.

ASPECTOS ÉTICOS Y LEGALES

Evidentemente, al ser la data del usuario el principal activo para realizar una mejor divulgación o promoción, su protección, al menos para el consumidor, es cada vez más relevante. *Los usuarios deben conocer cuáles de sus datos se están monitoreando, para qué, quiénes tienen acceso a esa información y quién es dueño de la información.* (World Economic Forum, 2016b: 16)

No menos importante es el contenido generado, independientemente de si proviene del usuario o de la empresa. Así como la actividad digital tiene beneficios que pueden derivar en ganancias económicas, también tiene riesgos asociados (que pueden generar ganancias a entidades inadecuadas):

La información puede ser usada con intenciones dañinas para difundir propaganda y movilizar seguidores; influencia la toma de decisiones humana como resultado de mecanismo de filtrado de contenidos que pueden apuntar a información específica para ciertas personas con efectos discriminatorios potenciales; puede generar desigualdades dadas las disrupciones en los mercados laborales y las diferentes habilidades requeridas por las tecnologías digitales; incita a cambios en las habilidades sociales y en la empatía; facilita la intimidación, el hostigamiento y la difamación social; puede impactar a la salud mental y física; y puede causar riesgos de salud y desarrollo para los niños. (World Economic Forum, 2016c: 7)

Evidentemente, al ser la data del usuario el principal activo para realizar una mejor divulgación o promoción, su protección, al menos para el consumidor, es cada vez más relevante.

En ese sentido, una mejor divulgación de la ciencia en el entorno digital, especialmente en redes sociales, también requiere minado de datos. Los profesionales de la comunicación deben estar preparados para esos nuevos retos y responsabilidades. Como productores de contenidos, además, deben cumplir con su función tradicional de revisar la información, sus fuentes, su veracidad, antes de publicarla.

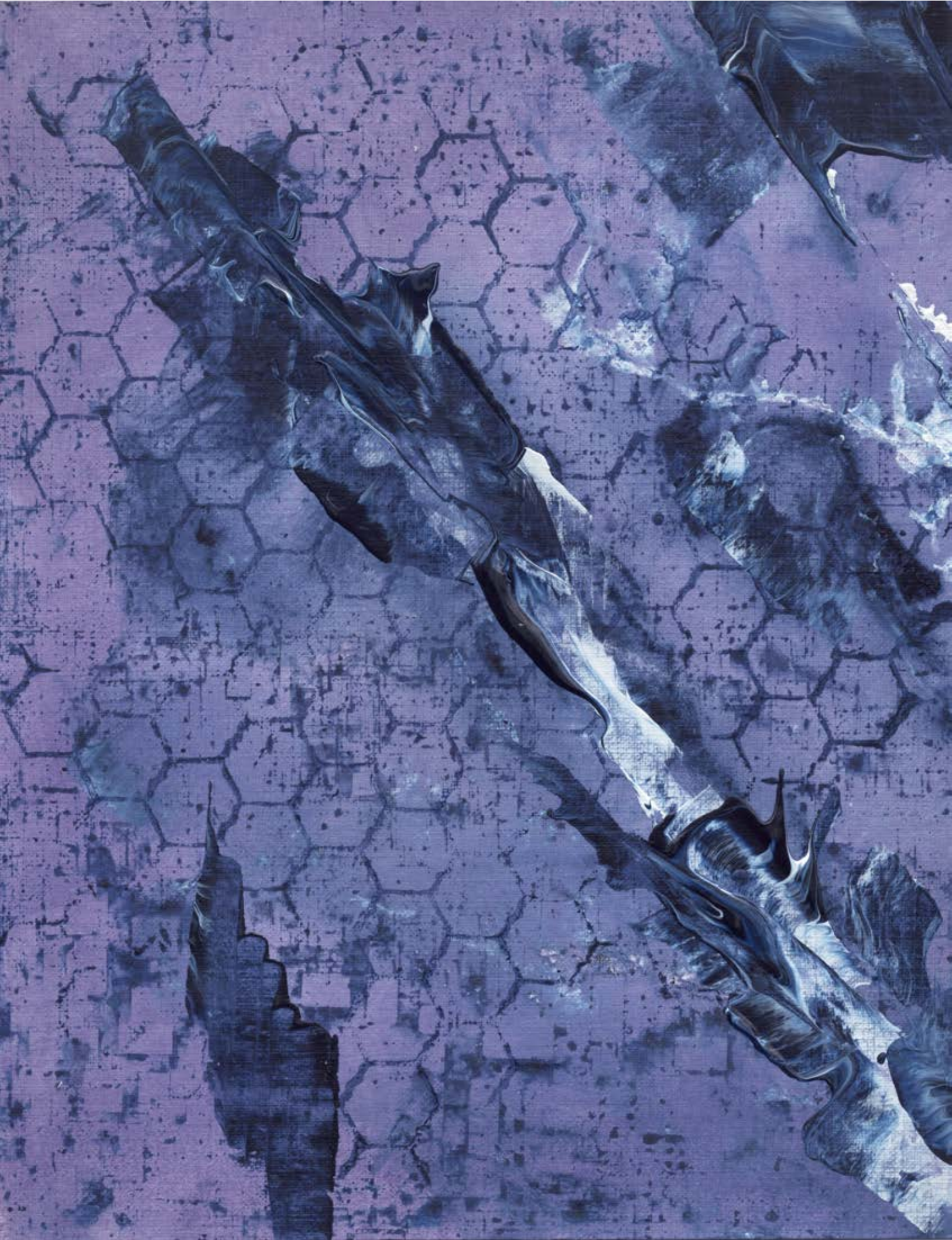
JOSÉ LUIS PÉREZ

Licenciado en Comunicación Social. Magister en Comunicación Social en la mención de Comunicación para el Desarrollo Social.

Investigador del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC) de la Universidad Católica Andrés Bello. Profesor de pregrado en la UCAB.

Referencias

- World Economic Forum. (2016a). *Our Mission*. Recuperado el 18 de febrero de 2016, de sitio web de World Economic Forum: <http://www.weforum.org/about/world-economic-forum>
- World Economic Forum. (20 de enero de 2016b). *The Impact of Digital Content: Opportunities and Risks of Creating and Sharing Information Online*. Recuperado el 18 de febrero de 2016, de Reports: http://www3.weforum.org/docs/GAC16/Social_Media_Impact_Digital.pdf
- World Economic Forum. (20 de enero de 2016c). *Digital Media and Society: Implications in a Hyperconnected Era*. Recuperado el 18 de febrero de 2016, de Reports: <https://www.weforum.org/reports/digital-media-and-society-implications-in-a-hyperconnected-era>
- World Economic Forum. (23 de enero de 2016d). *Internet Fragmentation: An Overview*. Recuperado el 10 de febrero de 2016, de Reports: http://www3.weforum.org/docs/WEF_FII_Internet_Fragmentation_An_Overview_2016.pdf



DOSSIER

GALERÍA DE PAPEL. BEATRIZ BAUMGARTNER / 2016





GALERÍA DE PAPEL / ALICIA DE LIMA / 2016

¿Qué entendemos por políticas públicas de comunicación?

En este artículo se revisa el concepto amplio de políticas públicas y se le vincula con el ámbito comunicacional. De esa forma, se repasan en primer término referentes teóricos sobre el proceso de construcción de políticas públicas; en un segundo momento se revisan aportes teóricos sobre la construcción de lo público a partir de Habermas y finalmente se aterriza en lo que fue la experiencia latinoamericana de las políticas nacionales de comunicación. Apoyándose en Martín Barbero el texto finaliza con una revisión de lo que debe entenderse en la actualidad por políticas públicas de comunicación.

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

A MODO DE INTRODUCCIÓN: LAS POLÍTICAS PÚBLICAS HOY

Como punto de inicio es necesario detenerse, brevemente, en qué se entiende por políticas públicas y el proceso que les acompaña, para luego revisar la experiencia específica en materia de políticas públicas de comunicación.

De acuerdo con Alejandro Oropeza (2008), cuando el Estado formula políticas públicas persigue alguno de estos fines: “a) atender una problemática pública; b) satisfacer una necesidad social o preferencia social; c) cumplir los fines del Estado; d) acatar un mandato legal, cualquiera sea la jerarquía de éste” (p. 2). La generación de políticas públicas, en cualquier ámbito, puede originarse por uno o varios de estos elementos que se planteen en términos de necesidad por atender y entonces el Estado debe actuar. Para este autor, existe una combinación de factores que

distinguen a este proceso; por un lado los fundamentos de la acción política, que quedaron resumidos en los cuatro ítems, la búsqueda de mejoría social-utilidad pública, que deberían desembocar en una situación alternativa, es decir en el cambio.

Es indispensable precisar que el Estado no es un actor solitario en la generación de las políticas públicas, ni su acción ocurre en un vacío. William Dunn, al ubicar el estudio de las políticas como producto de un proceso resalta tres componentes en permanente interacción: a) las políticas públicas propiamente dichas; b) los actores y/o decisores participantes, interesantes en los resultados políticos; y, c) el ambiente-entorno político (Dunn en Oropeza, 2008: 13). De esa forma, como señala Oropeza (2008), los *policy systems* (sistemas de política) “son realidades con características, límites y dinámicas particulares, resultado de procesos decisorios, con capacidad

Por otro lado, literatura más reciente sobre la temática, ubica a las políticas públicas en una concepción amplia de lo que debe entenderse por público, con lo cual se les ubica en el marco de una construcción democrática de toma de decisiones, con consultas, manejo de disensos y construcción de consensos sociales.

de ser reelaborado en sus componentes” (p. 13). Es decir, cuando se habla de políticas públicas y se las ubica en el contexto de un proceso, no se puede verlas como decisiones estáticas, intactas en el tiempo. Al contrario, su naturaleza incluye la revisión, evaluación cotidiana con los eventuales reajustes que emanen de ese examen. Por otro lado, no puede perderse de vista que los problemas

públicos pueden tener diversas lecturas y abordajes, de esa forma el mismo hecho puede ser interpretado de manera diferente por los diversos actores debido a las múltiples concepciones acerca de la naturaleza humana, gobierno y oportunidades sociales (Dunn en Curcio, 2007: 64). Conectado con esto, los problemas públicos y por tanto las políticas públicas que le den respuesta a estos, “deben ser entendidos como sistemas”, por lo tanto, “requieren una

aproximación holística y deben ser tratados de forma inseparable”, esto lleva a que deba planificarse “una intervención factible desde el punto de vista legal, económico, administrativo y político por parte del gobierno” (Curcio, 2007: 64).

Ubicándonos en una dimensión procedimental, un esquema para llevar adelante políticas públicas debería tener los siguientes pasos:

- a) Planteamiento del problema: ¿quién lo plantea?, ¿cómo lo define?, ¿cómo se introduce el asunto en la agenda pública?
- b) Elaboración de la política: ¿qué alternativas se consideraron?, ¿cuáles son los costos y beneficios asociados a ellas?
- c) Adopción: ¿cómo se decidió seguir un curso de acción?
- d) Programación: ¿qué, cómo, cuándo, quién y dónde se realizó un programa de acción?, ¿se hizo programación de la política?
- e) Remienda: ¿se revisó la política sin haberla podido implementar?
- f) Implementación: ¿cómo se realizó la puesta en práctica?
- g) Evaluación y retroalimentación: ¿se midió el efecto y la eficiencia de la política y de los

medios utilizados?, ¿se realizaron ajustes a la política en base a una evaluación?, ¿bajo qué criterios se evaluó? (Granier, Gil Yepes y otros, 1987: 48).

Visto en su conjunto, este grupo de preguntas e ítems a ser considerados le dan un nivel de complejidad al proceso de políticas públicas, y que, por tanto, no se limitan a una mera decisión oficial en una materia determinada. Es importante recalcar que aunque este modelo procedimental puede dar la idea de un proceso lineal, en realidad se está ante procesos dinámicos con avances, retrocesos, demandas externas, etcétera, que provocan cambios, nuevas decisiones o corrección de las políticas. Por ejemplo, Grindle y Thomas (1991) le dan gran importancia a la interacción entre las diferentes actividades en un modelo de formación de políticas públicas, haciéndolo dinámico y cambiante en el tiempo. Para estos autores, la evaluación surge con singular importancia y le adjudican un papel vital en el desarrollo de todo el proceso.

Por otro lado, literatura más reciente sobre la temática, ubica a las políticas públicas en una concepción amplia de lo que debe entenderse por público, con lo cual se les ubica en el marco de una construcción democrática de toma de decisiones, con consultas, manejo de disensos y construcción de consensos sociales.

Es más, esa generación de políticas públicas debería contar con la participación social de los sectores involucrados (Meentzen, 2007: 30), e ir más allá “al ser pensadas desde la lógica de su interacción con las prácticas sociales instaladas y las propias tradiciones culturales” (Segal, 2006: 15). Para cerrar este punto, debe decirse que sería ingenuo pensar que las decisiones sobre políticas públicas solo ocurren en contextos sociopolíticos de amplia y libre deliberación, pues al contrario la historia latinoamericana y venezolana pueden exhibir un largo historial de decisiones oficiales, con gran impacto en la vida ciudadana, que han sido tomadas de forma arbitraria. Lindblom (1997) señala diversos ejemplos sobre cómo se puede obligar a aceptar políticas emanadas de un Estado que bien puede apelar al terror, al autoritarismo y/o a la imposición de “un gobierno de la mayoría” (p. 241).

CONTEXTO: POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN DESDE AMÉRICA LATINA

En América Latina durante la década de los años 70 y 80 fue notorio el empuje de las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), de esa forma se le conoció a las políticas públicas de comunicación en la región, en una etapa en la cual florecían diversas iniciativas regionales o nacionales que perseguían, entre otros objetivos, el establecimiento de marcos regulatorios para el sector mediático, la generación de medios estatales, junto a la promoción de la comunicación para el desarrollo social tanto en el sector urbano como rural. Organismos internacionales, funcionarios de alto nivel en los gobiernos y académicos, coincidían en la necesidad de implementarlas.

Durante algunos años en los que prevalecieron en América Latina gobiernos más orientados al mercado y al achicamiento del Estado, el tema de las políticas públicas en comunicación desapareció de la agenda de discusión. El siglo XXI, en el que han irrumpido en la escena política gobiernos con una fuerte dosis populista y con un notable cuestionamiento hacia el rol mediático, ha resurgido el debate sobre la naturaleza de las políticas públicas en comunicación, para lo cual es indispensable remontarse a la propia tradición latinoamericana en la materia y enriquecerla con el desarrollo democrático que —aunque desigual— ha conocido la región en las últimas décadas.

De forma insistente se quería enfatizar, especialmente en la década de los años 90, la idea de que con el advenimiento del fenómeno globalizador, y su inserción cada vez más cotidiana en muchos de los espacios de interacción social, se estaba ante el fin de la política y en consecuencia del Estado.

Convertida en ideología, en pensamiento único, la globalización —proceso histórico— se ha vuelto globalismo, o sea imposición de la unificación de los mercados y reducción al mercado de las discrepancias políticas y las diferencias culturales. Al subordinar estos dos escenarios de la diferencia a una sola visión de la economía, lo político se diluye y el Estado parece casi innecesario (García Canclini, 1999: 50).

Este proceso estuvo acompañado de un empuje de lo comunicacional, en términos corporativos y globales. Se produjeron grandes fusiones empresariales con implicaciones en las economías de diversos países, así como la cada vez mayor difusión transnacional de producciones simbólicas y el frecuente uso de “franquicias” en la producción local, por ejemplo de televisión, todo ello unido a claras orientaciones sobre lo que deben hacer o no los países. Desde nuestra perspectiva, en todo este proceso nunca se ha dejado de actuar políticamente pues en el fondo, tanto las transacciones financieras como la difusión mediática implican construcciones políticas, en tanto son formas de intervención en lo público, en la sociedad. Cabe recordar, como lo apunta Martín Barbero (2001) que la comunicación no es simplemente objeto para una política, sino un escenario primordial para que la política encuentre espacio de desarrollo simbólico, pues a través de los medios se puede representar un vínculo entre los ciudadanos.

Los media han pasado a ser un espacio crucial en la configuración del espacio público y de la ciudadanía misma —decimos crucial para señalar que no se trata de un fenómeno nuevo, pero sí intenso y sustantivo—, tanto por el peso que ahora tienen para gravitar en la definición de las agendas públicas como para establecer la legitimidad de tal o cual debate (León, 2002: 2)

Con este peso determinante que tienen en la vida social sería incomprensible que desde un punto de vista estatal y ciudadano no se fijan políticas públicas justamente en un espacio de relacionamiento que ha transformado nuestra forma de entender lo político. Entretanto, en sociedades como la venezolana requieren no de la suplantación del Estado, sino de hacer Estado, en la medida en que existen grandes brechas sociales, que se expresan también en el acceso a las nuevas tecnologías de información, a la par

De forma insistente se quería enfatizar, especialmente en la década de los años 90, la idea de que con el advenimiento del fenómeno globalizador, y su inserción cada vez más cotidiana en muchos de los espacios de interacción social, se estaba ante el fin de la política y en consecuencia del Estado.

que se evidencian falencias en el entramado legal que brinden herramientas para el ejercicio de los ciudadanos en su interacción cultural y comunicacional. La construcción de ese Estado, que facilite y propicie la participación ciudadana, surge precisamente de un quehacer político democrático. Se trata de insertar lo plural y diverso que coexiste en el plano social y mediático, dentro de políticas públicas emanadas del Estado.

REFERENTE TEÓRICO: LO PÚBLICO A PARTIR DE HABERMAS

En este punto es necesario remitirse a la noción de esfera pública, para ubicarle en el contexto de la revisión conceptual de este trabajo. Cualquier aproximación a la noción de esfera pública está en deuda con Habermas (1981), quien la asocia al rol de los medios de prensa, a partir de una revisión histórica de tres sociedades de Europa occi-

dental: Alemania, Inglaterra y Francia. “Habermas sostiene que el desarrollo del capitalismo mercantil en el siglo XVI, junto con las cambiantes formas institucionales del poder político, crearon las condiciones para que, a principios de la Europa moderna, surgiera una nueva forma de esfera pública” (Thompson, 1998: 100).

Eran épocas de tensiones, pues la tradicional nobleza buscaba un retorno al control

de la vida social y económica del poder feudal, en tanto que la burguesía “trataba de modificar las superestructuras que obraban a manera de corsé constreñidor para sus necesidades de expansión: desde el control ideológico hasta el control de las reglas del comercio” (Vásquez Montalbán, 1997: 90). Empezó a verse con claridad la necesidad de llevar al público el debate de las ideas.

A esto apunta básicamente Habermas, puesto que estas personas que desde su actividad privada intentan incidir en lo público, son un segmento de la sociedad que en el sentido del autor alemán corresponden estrictamente a su noción de sociedad burguesa. Para Habermas (1981) se trata de una esfera pública burguesa. En este contexto,

tendrá un rol importante por una parte el surgimiento y consolidación de una prensa, que se podría catalogar de voz independiente en algunos contextos de aquella Europa, y a la par está el establecimiento de partidos políticos, entre cuyos papeles está la formación de una opinión pública.

Entretanto, en América Latina se conoció a lo largo de los años 70 e inicios de los 80 un importante debate sobre las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), que como se ha señalado fue el nombre que se le dio en la región a las políticas públicas en comunicación. Estas medidas fueron, en su momento, duramente atacadas por las empresas privadas del sector y evidenciaron, en muchos casos, contradicciones dentro del propio sector oficial, por falta de voluntad política y también por niveles de descoordinación administrativa en la estructura de nuestros Estados. Hoy, al plantear nuevamente la necesidad de políticas públicas en el sector comunicacional, es indispensable una mirada crítica sobre las PNC, porque así como se ha planteado la necesidad de una nueva óptica para mirar los procesos culturales emanados de las industrias culturales, también se requieren planteamientos igualmente nuevos para no repetir errores del pasado y dar cabida a nuevas realidades del presente.

Peter Schenkel (1981), quien en su momento se dedicó al estudio de la temática, apuntaba hace casi tres décadas la dificultad de definir una política pública en materia comunicacional, especialmente porque la comunicación está presente en todos los sectores “igual en la agricultura que en la industria y en todos los niveles, tanto en el plano ejecutivo, como legislativo, global y local y se manifiesta a nivel colectivo e individual”. Sin embargo, el mismo autor apela a lo que se considera la definición clásica que fue aportada por el boliviano Luis Ramiro Beltrán y que define a una PNC como “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de la comunicación en un país”. Vista así, la PNC sería como una suerte de guía maestra de las políticas públicas, de la cual deberían emanar otro conjunto de planes, acciones y estrategias.

(...) en América Latina se conoció a lo largo de los años 70 e inicios de los 80 un importante debate sobre las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), que como se ha señalado fue el nombre que se le dio en la región a las políticas públicas en comunicación. Estas medidas fueron, en su momento, duramente atacadas por las empresas privadas del sector.

Los autores de la década de los años 70 colocaban en un primer orden la necesidad de planificación, con lo cual se pretendía “ordenar el sistema de comunicación de acuerdo con las necesidades prioritarias de la sociedad” (Schenkel, 1981:16). Una muestra de esta orientación está recogida en el libro *Planificación y Comunicación*, de Bordenave y Carvalho en 1978.

A MODO DE CONCLUSIÓN: VOLVER A MARTÍN BARBERO

Desde nuestro punto de vista, es indispensable revisar críticamente el debate latinoamericano sobre las políticas públicas de comunicación de las décadas anteriores, especialmente porque algunos gobiernos de la región, incluyendo a Venezuela, apelan en la actualidad y, en alguna medida, tergiversan conceptos y propuestas de aquel momento sin calibrar los diferentes contextos históricos y políticos. Para esta tarea nos resultará particularmente valioso un artículo publicado por Jesús Martín Barbero (2001), el cual nos servirá de guía para esta breve pero necesaria revisión de estas políticas a la luz de las dinámicas sociales actuales.

En buena medida, en las experiencias de generar políticas públicas de comunicación, en América Latina, confluyeron gobiernos y especialistas (tanto del aparato oficial como académicos y también de redes internacionales tal es el caso de la Unesco) y aunque las propuestas en su sentido más amplio perseguían garantizar los derechos de las mayorías en su relación con los medios de comunicación, en la práctica los gobiernos identificaron esta dinámica con una mayor presencia gubernamental en el espacio comunicacional. Estos fines, que se movieron en niveles paralelos, evidentemente debilitaron la finalidad de las propuestas porque desde lo gubernamental no existió capacidad para entender que la apuesta debería ser por un espacio ciudadano, no necesariamente oficialista, en el universo massmediático nacional.

Esto se relaciona con un segundo aspecto, que fue de carácter restrictivo. Las políticas públicas de comunicación de los años 70 y 80 se limitaron al Estado, a la esfera gubernamental, obviando que en el hacer Estado, por el que se ha abogado con anterioridad, se debe partir de una lógica

incluyente, plural. Tras la revisión de aquellas experiencias se puede concluir que en la construcción de políticas públicas se cruzan factores como esfera estatal, ciudadanos, mercado, instituciones, partidos políticos y vida cotidiana. Al mirar el contexto, se debe resaltar que:

No conviene dejar estos asuntos sólo en manos de políticos y empresarios, dado que tienen que ver con derechos humanos básicos y con la comunicación y comprensión entre naciones. Implican a la educación como formadora de la mirada sobre los diferentes, y a la política cultural donde se seleccionan patrimonios y se excluyen otros, se transmiten discriminaciones o se ayuda a apreciar lo diverso (García Canclini, 1999: 55).

La generación de estas propuestas, durante los años 70 y el debate que le siguió durante los 80, se hizo desde arriba, desde la máxima jefatura del Estado en muchas ocasiones, y se partía de que al tener una buena intención (en teoría garantizar los derechos de la ciudadanía) eso en sí podría generar la apropiación ciudadana. Este último aspecto resultaba crucial, para una viabilidad a largo plazo de lo propuesto (que quedó básicamente en el papel), especialmente si se recuerda que las PNC fueron duramente atacadas desde las empresas privadas del sector comunicacional.

Finalmente, las políticas públicas de comunicación de décadas atrás adolecieron justamente de lo que criticaron. La concepción de lo nacional en estas propuestas pasó por ver a la nación como una, desde un punto de vista cultural, con lo cual se dejó fuera lo diferente, lo otro, lo que siendo distinto también formaba parte de lo nacional. Esta visión repetía la homogeneización cultural que precisamente se criticaba, y con razón, por la dominante presencia en nuestras pantallas de producción audiovisual estadounidense. Hoy, es válida la revisión de lo que fue la propuesta de

(...) es indispensable revisar críticamente el debate latinoamericano sobre las políticas públicas de comunicación de las décadas anteriores, especialmente porque algunos gobiernos de la región, incluyendo a Venezuela, apelan en la actualidad y, en alguna medida, tergiversan conceptos y propuestas de aquel momento sin calibrar los diferentes contextos históricos y políticos.

PNC, pero cuando se habla de políticas públicas se concibe la posibilidad de prácticas incluyentes, en las que se abra el horizonte de representación diversa en la construcción de lo cultural nacional, y ello en la práctica puede estar garantizado por distintos niveles de participación ciudadana en el proceso de concebir, diseñar y ejecutar planes en el sector comunicacional.

Una política pública no podría reducirse, en el contexto actual, a garantizar difusión y ampliar la recepción, que aún cuando pueda ser de mensajes concebidos desde otra óptica cultural serían igualmente unilaterales. Es por ello que con Martín Barbero se coincide en resaltar la necesaria activación de ejes que desde los distintos escenarios sociales pasen por la experimentación, la apropiación y la invención por parte de los ciudadanos en una relación dialogante con el universo comunicacional, ante el cual –hasta ahora– solo han tenido la posibilidad de recibir. Esto requiere que la comunicación sea desplazada desde los medios hacia la mediación y reconocimiento sociales y en ello estas políticas públicas deben partir de que de la sociedad son parte el Estado, los ciudadanos, el mercado, así como partidos políticos y movimientos y organizaciones sociales, y que no es solo una cuestión de involucrar a instituciones, sino también de mirar la cotidianidad (Martín Barbero, 2001).

Adicionalmente, los Estados tienen una deuda con los medios de carácter público, que bajo administraciones oficiales se han convertido o en espejo exclusivamente de la voz gubernamental o en expresiones fallidas que intentan repetir las fórmulas comerciales de los medios de carácter privado. Para estos medios deben promoverse políticas que busquen reforzar su rol “como espacios para alimentar el debate amplio, plural y abierto a las diversas perspectivas, ideas y expresiones culturales de la sociedad” (León, 2002: 2). Un caso emblemático en América Latina lo constituye la Televisión Pública de Chile, que una vez recuperada la democracia en la década de los 80 se refundó bajo los principios de pluralidad informativa y de opinión, independencia editorial y autonomía administrativa (Fuenzalida, 2006).

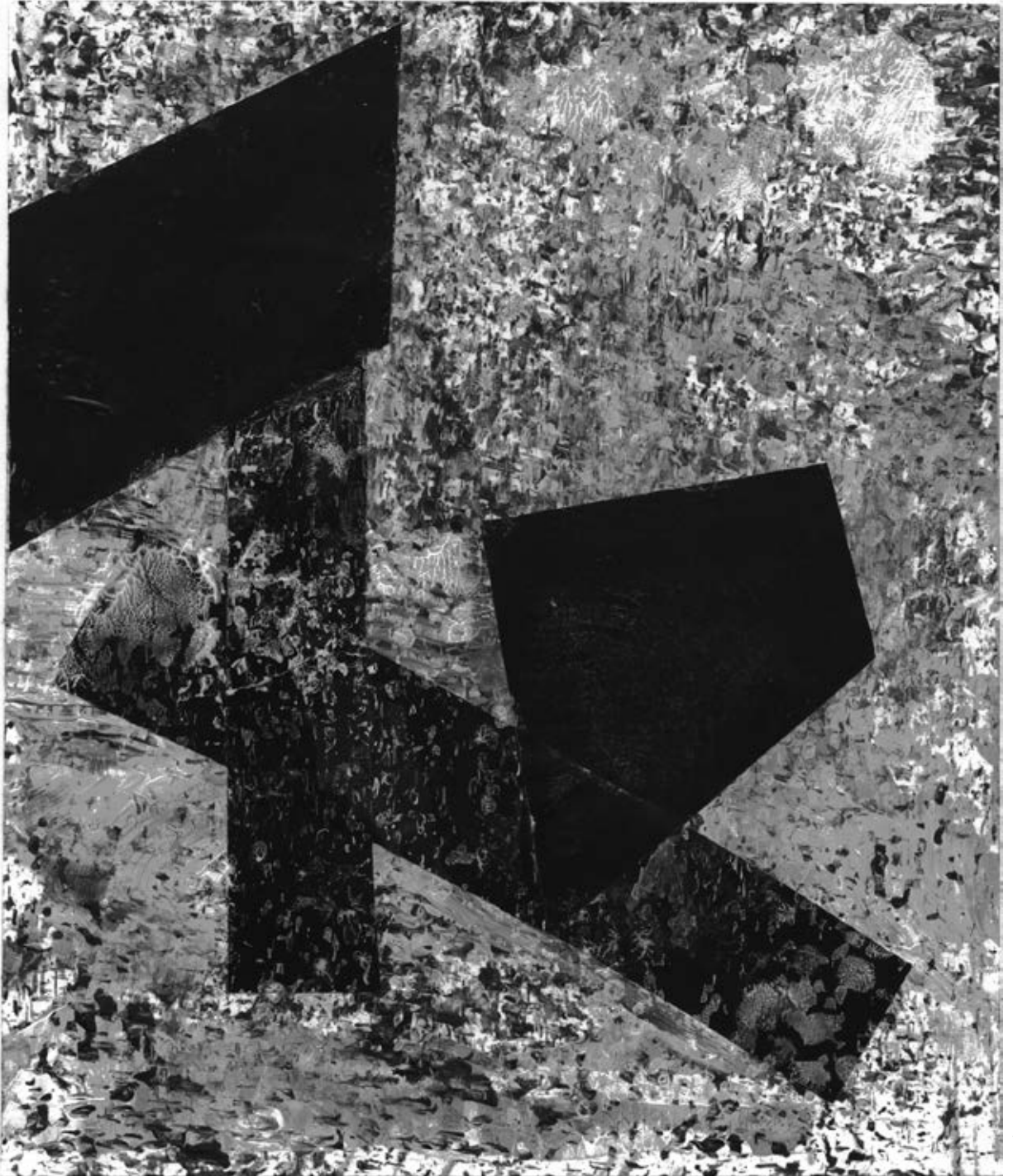
Referencias

- BENEDICTO, J. (2002): “La construcción comunicativa del espacio público”. En: revista *Foro*, Nro. 45. (pp. 27-37). Bogotá: Fundación Foro Nacional por Colombia.
- BISBAL, M. (2006): “El Estado-Comunicador y su especificidad”. En: *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 134. (pp. 60-73). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- BLESA, P. (2006): “Medios de comunicación y democracia: ¿el poder de los medios o los medios al poder?”. En: *Sphera Pública*. Nro. 6. (pp. 87-186). Murcia: Universidad Católica San Antonio.
- BORDENAVE, J. y CARVALHO, H. (1978): *Planificación y Comunicación*. Quito: Ciespal.
- CANIZÁLEZ, A. (2008): “Venezuela: El lejano servicio público”. En Albórniz, M. y Cerbino, M. (Compiladores): *Comunicación, cultura y política*. (pp. 67-78). Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- CURCIO, P. (2007): “Metodología para la evaluación de políticas públicas de salud”. En: *Politeia*. Nro. 38. (pp. 59-85). Caracas: Instituto de Estudios Políticos de la Universidad Central de Venezuela.
- Di TELLA, T. (2004): *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*. Buenos Aires: Ariel.
- FUENZALIDA, V. (2006): “Pluralismo informativo: El caso de la televisión pública chilena”. En: *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 134. (pp. 54-59). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1999): *La Globalización imaginada*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- _____ (2001): “¿Por qué legislar sobre industrias culturales?”. En: *Nueva Sociedad*. Nro. 175. (pp. 58-69). Caracas: Nueva Sociedad.
- GRANIER, M., GIL YEPES, J. y otros. (1987): *Más y mejor democracia*. Caracas: Grupo Roraima.
- GRINDLE, M. y THOMAS, J. (1991). *Public Choices and Policy Change: The Political Economy of Reform in Developing Countries*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- HABERMAS, J. (1981): *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- HERNÁNDEZ, G. (2007): “Gubernamental TVES”. En: *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 139. (pp. 26-31). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- KOHN, C. (1995): Praxis política comunicativa y participación política: apuntes para la construcción de un espacio público democrático. En: Kohn, C. *Discurso Político y Crisis de la Democracia* [Cuadernos de Postgrado de la F.H.E. N° 12], Caracas: U.C.V./F.H.E.
- LEÓN, O. (2002): “Hacia una agenda social en comunicación”. En: *América Latina en Movimiento*. Nro. 353. (pp. 2-6). Quito: Agencia latinoamericana de Información.
- LINDBLOM, C. (1997): “Cómo adecuar la política en el análisis de las políticas públicas”. En: *Gestión y Política Pública*. Vol. VI, Nro. 2. (pp. 239-255). México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.

- MARTÍN BARBERO, J. (2001): "De las políticas de comunicación a la reimaginación de las políticas". En: *Nueva Sociedad*. Nro. 175. (pp. 70-84). Caracas: Nueva Sociedad.
- MEENTZEN, A. (2007): *Políticas públicas para los pueblos indígenas en América Latina*. Recuperado en enero 21, 2010, de: http://www.kas.de/wf/doc/kas_11358-544-4-30.pdf
- OROPEZA, A. (2008): "Economía de la cultura y proceso político". Tesis doctoral no publicada. Caracas: Universidad Simón Bolívar.
- REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA (2001): *Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007*. Caracas: Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela.
- ROTH, A.N. (2009): *Políticas públicas. Formulación, implementación y evaluación*. Bogotá: Ediciones Aurora.
- SCHENKEL, P. (1981): *Políticas Nacionales de Comunicación*. Quito: Ciespal.
- SEGAL, A. (2006): "Experiencias nacionales de políticas de provisión de materiales curriculares". Recuperado en Enero 21, 2010 de: http://www.fundacioncepp.org.ar/pdfdocs/208_Materiales%20Educativos.pdf
- THOMPSON, J. (1998): *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- TOMASSINI, L. (1996): *Gobernabilidad y políticas públicas en América Latina*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1997): *Historia y comunicación social*. Barcelona: Crítica.

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

Doctor en Ciencia Política (USB). Investigador de la UCAB. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación.



GALERÍA DE PAPEL BEATRIZ BAUMGARTNER / 2016

Asamblea Comunicacional¹

El 6 de diciembre de este año los partidos agrupados en la Mesa de la Unidad Democrática (MUD) lograron alcanzar la mayoría calificada en el seno de la Asamblea Nacional. El artículo sugiere un primer conjunto de medidas en materia comunicacional que deben discutirse en la nueva AN y lograr su aplicación. Estas recomendaciones parten de la idea de que actualmente en Venezuela no existe una democracia comunicacional y se requiere restituir los contenidos de los artículos 57 y 58 de la Constitución para que podamos hablar de una sociedad democrática.

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

DISTINGUIDOS DIPUTADOS DE LA ASAMBLEA NACIONAL¹:

Ustedes tienen el deber de hacer cumplir la voluntad de los venezolanos que expresaron, en los comicios del 6 de diciembre, un cambio democrático para Venezuela. A escasos días de que asuman sus respectivos escaños, 5 de enero de 2016, urge un plan de emergencia nacional de rectificación económica, política y social que atienda de inmediato problemas apremiantes como la violencia, el desabastecimiento de alimentos y medicinas, la corrupción institucional, la inflación descomunal. Tópico impostergable: la ley de amnistía para los presos políticos y el cese de la persecución política.

Esto lo tiene que entender el Ejecutivo nacional y especialmente Nicolás Maduro, presidente de Venezuela: sin acuerdo nacional para recuperarnos de esta crisis sin precedentes, el país será aún más invivible y con reacciones sociales impredecibles. Por lo tanto, “Legislar en materias de competencia nacional”, y “aprobar las líneas generales del plan de desarrollo económico y

social de la Nación”, tal como lo establece el artículo 187 de la Constitución nacional, solo será posible cuando entendamos el valor moral de la comunicación en la democracia.

Por todos es conocido que en estos tres últimos lustros, el Estado venezolano ha rechazado la producción de ideas para construir democracia, el respeto por el que piensa distinto. El Gobierno ha soslayado también la ponderación de informaciones, argumentos, fuentes y contextos y se ha dejado embriagar por egotismos y mesianismos.

En este sentido, no se puede hablar nunca de un Estado comunicador porque si el Estado le otorgara un genuino valor ético a la comunicación, la democracia no estaría atravesando su hora más menguada. Porque una cosa es contar con una gran cantidad de medios masivos sin poder de convocatoria y otra es utilizar los medios para democratizar todos los días al país.

Sin pretender un diagnóstico exhaustivo de los medios en Venezuela, pudiéramos decir que el Estado no se comunica con sus ciudadanos por las siguientes razones:

1 Artículo publicado en Papel Literario de *El Nacional*, el 20 de diciembre de 2015, antes de la instalación de la Asamblea Nacional el 5 de enero de 2016. Se incorporaron tres puntos en el texto original: 1) Pluralidad en el Directorio de Responsabilidad Social. 2) El *Ombudsman* o defensor de los derechos de los usuarios de los medios masivos. 3) Educación mediática en la sociedad democrática.

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) debe ejercer funciones de orden técnico en el espectro radioeléctrico. No puede seguir operando bajo las directrices del Ejecutivo nacional.

El sistema nacional de medios públicos no se sintoniza con la diversidad cultural de la sociedad venezolana. Impera en sus contenidos la doctrina revolucionaria en formato de propaganda política. Programas de opinión sesgados agravan la polarización, atentan contra la moral y la independencia de pensamiento. Los noticieros le dan la espalda a los problemas nacionales y se representan en su propia ficción.

Cadenas presidenciales interminables y repetitivas cuya racionalidad dominante consiste en arengar el odio hacia el que piensa distinto, se criminaliza la pluralidad informativa. Los canales oficiales apenas alcanzan 7,6% del encendido televisivo. Me refiero a *Televisora Social Venezolana (TVES)*,

Venezolana de Televisión (VTV), *Vive TV*, *Ávila TV*, *Asamblea Nacional Televisión*, *Telesur*. Incesantes cadenas y propagandas han provocado una estampida de la audiencia (49,6%) hacia la televisión por suscripción.

El Gobierno ha sancionado canales de radio y de televisión. Casos emblemáticos: cierre de *RCTV* en el año 2007 y clausura de 32 emisoras de radio en 2009. Se han politizado los medios comunitarios y sitios de Internet financiados por el Gobierno. Este impone su doctrina de intimidación y censura a través de una suerte de marco jurídico que ha confeccionado según sus intereses políticos y crematísticos. El efecto colateral de la doctrina del miedo ha sido la autocensura informativa, esto es, “los sonidos del silencio” mientras los hechos de corrupción y problemas sociales espolean a la nación.

Ante la ausencia de democracia comunicacional en Venezuela y considerando que la comunicación y la información son un requisito fundamental de los sistemas democráticos, según reza en los artículos 57 y 58 de la Constitución nacional de 1999, creo conveniente sugerir un primer conjunto de medidas en materia comunicacional que requieren discutirse en la nueva Asamblea Nacional:

1. Democratizar el sistema nacional de medios públicos, lo cual significa que dicho sistema no

debe operar como brazo político del gobierno de turno. Una de las funciones de los medios públicos radicaría en fortalecer la conciencia democrática de los ciudadanos, en difundir programas de entretenimiento y educativos con un lenguaje audiovisual que atraiga a la audiencia.

2. Una difusión pública con informativos y programas de opinión que dé cabida a los más variados y disímiles puntos de vista, rescatando siempre el sentido pedagógico y de orientación a la sociedad. De igual manera se debe desgubernamentalizar los medios comunitarios-alternativos para que respondan de manera genuina e independiente a las necesidades locales y regionales.
3. Reformular el marco legal en materia de comunicación que a todas luces establece censura en los medios de comunicación. Concretamente se debe revisar estos documentos jurídicos: Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2010), Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (ley resorteme, 2011), Ley de Comunicación Popular, aprobada el 10 de diciembre de 2015.
4. La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) debe ejercer funciones de orden técnico en el espectro radioeléctrico. No puede seguir operando bajo las directrices del Ejecutivo nacional.
5. El Directorio de Responsabilidad Social, estipulado en la ley resorteme debe estar integrado por voceros representativos de la sociedad civil organizada, entidades no gubernamentales, universidades, Iglesia, entre otros. El Directorio debe ser autónomo. Sin vinculación con el Gobierno ni participar en ciertos sectores económicos. Idónea sería una directiva con experiencia en el activismo social y desarrollo de proyectos comunitarios: “asociada a los intereses compartidos o comunes, privilegiando lo grupal-colectivo por encima de lo particular individual, la participación ciudadana en todas las etapas del proceso comunicativo.” (“La ‘otra’ Comunicación” de Johanna Pérez Daza, 2015). Una directiva de responsabilidad social se sintoniza con una agenda audiovisual cónsona con las demandas temáticas de orden local, regional y nacional. No cabe en este

modelo democrático de participación inventar a la audiencia para prescribirle contenidos desde una óptica comercial y gubernamental. Una audiencia inteligente y selectiva exige y propone contenidos mediáticos: “aprende deshacerse” del consumismo, del tratamiento frenético de la violencia, de la degradación humana. La programación mediática debe ser construida desde las mismas audiencias y no desde el poder de económico y político de los medios masivos. La audiencia, hasta ahora, es el eslabón perdido del proceso comunicacional. Se habla y se especula mucho sobre ella, mas no se le consulta en asuntos relacionados con las políticas públicas. Tomarla en cuenta es el paso definitivo para democratizar las comunicaciones.

6. El Directorio de Responsabilidad Social debe contemplar la creación de la figura del *Ombudsman* o defensor de los derechos de los usuarios de los medios masivos, cuyo perfil esencial es contar con una trayectoria personal y profesional solvente. En términos generales, el *Ombudsman* cumple con estas funciones:
 - Denunciar la transgresión de los derechos comunicacionales.
 - Acopiar, procesar e investigar las demandas de las audiencias.
 - Orientar prácticas profesionales en la sociedad de la comunicación sobre principios morales y deontológicos.
 - Capacitar a los ciudadanos para un uso consciente y entretenido de los medios masivos y tecnologías avanzadas.
 - Coadyuvar en la calidad de la programación mediática.
 - Concientizar a los periodistas en su trabajo cotidiano. Son ellos quienes tienen la responsabilidad de acatar normas éticas y técnicas en la difusión de informaciones en medios masivos e Internet.
7. El Directorio de Responsabilidad Social debe honrar el artículo 19 de la ley resorte: “Fomentar la educación para la percepción crítica de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión”. El Gobierno ha politizado la educación y la comunicación a favor de sus intereses propagandísticos. Entiende la educación mediática como “guerrilla comu-

nicacional”. Tamaño disparate conceptual. Ninguna “guerrilla” está abierta al diálogo. Mucho menos comparte valores humanos. No es educación mediática ejercer el adoctrinamiento, imponer ideas, fabricar dogmas. La educación mediática es comprender la cultura audiovisual en el contexto de las mediaciones sociales. Es aprender a cultivar el espíritu crítico, creativo y constructivo. Es saber distinguir la realidad de la ficción, la información del sensacionalismo. Libertad y pluralidad son pilares de esta pedagogía. Antídoto contra ideas sesgadas y preconcebidas. Corresponde a las universidades nacionales y centros académicos en educomunicación orientar a la Asamblea Nacional sobre la implementación de la educación mediática en Venezuela. El Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV cuenta con la Especialización para el uso creativo de los medios desde el año 2002, hace catorce años. También el postgrado de comunicación y educación de la UCAB ha avanzado, de manera sustancial, en la enseñanza de los medios.

8. Devolverle la señal a *Radio Caracas Televisión (RCTV)*, institución televisiva que fue clausurada de manera inconstitucional en el gobierno de Chávez. También es necesario revisar la concesión de las 32 emisoras de radio clausuradas y restablecer la señal de las emisoras que cumplan con los requisitos técnicos y legales provenientes del nuevo ordenamiento jurídico en telecomunicaciones.
9. Democratizar *Telesur* y *Radio Sur*. Estos medios se deben a la pluralidad e independencia informativa en la región.
10. Cese inmediato de las abusivas cadenas presidenciales. Las alocuciones presidenciales serán difundidas solo por *Venezolana de Televisión (VTV)* y serán anunciadas con antelación a la nación. La audiencia es quien decidirá si desea o no enterarse de la emisión del primer mandatario. Las cadenas se centrarán

En este sentido, no se puede hablar nunca de un Estado comunicador porque si el Estado le otorgara un genuino valor ético a la comunicación, la democracia no estaría atravesando su hora más menguada.

DOSSIER

en una temática de interés nacional y con un tiempo limitado.

11. Promover una ley de acceso a la información con el fin de garantizar el derecho consagrado en la Constitución nacional en su artículo 108: “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.”

Para finalizar, distinguida Asamblea Nacional: No se puede hablar de sociedad democrática si los medios masivos e Internet no son democráticos. El fundamento de la democracia se basa en asumir la comunicación con responsabilidad moral, intelectual y espiritual. Los medios de comunicación albergan la enorme responsabilidad de fortalecer los valores democráticos en la ciudadanía. Cualquier modelo de relación humana que se desvíe del entendimiento mutuo, que haga imperar el

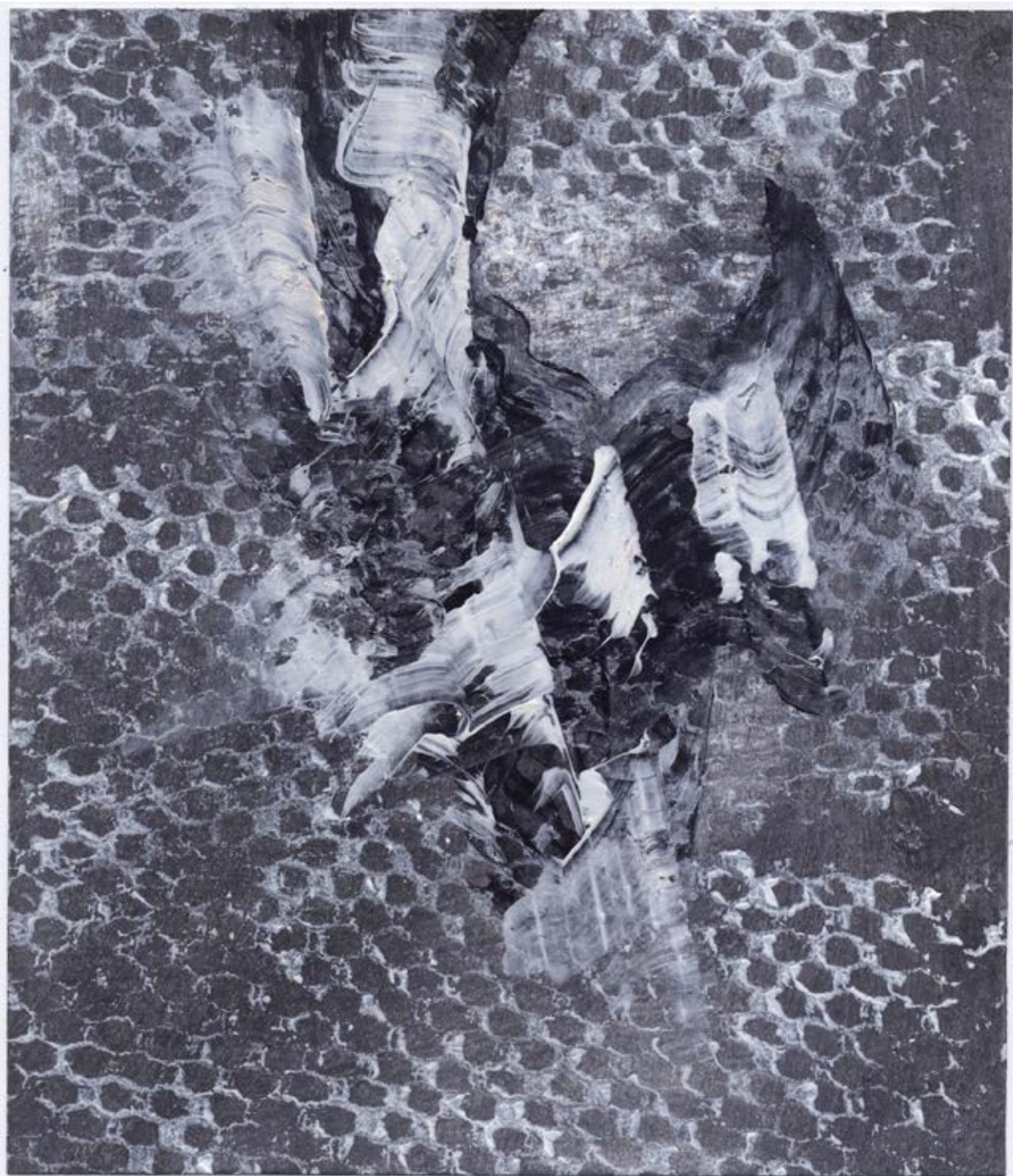
poder de emisión acallando a su interlocutor y anulando su experiencia, cualquier modelo interactivo que imponga el soliloquio o el mensaje en un solo sentido, afectará de manera negativa la cotidianidad y cualquier iniciativa a favor del desarrollo democrático de Venezuela.

GUSTAVO HERNÁNDEZ DIAZ

Profesor Titular y Doctor en Ciencias Sociales de la UCV. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación. Profesor de postgrado en la Universidad Central de Venezuela y en la Universidad Católica Andrés Bello. Fue director del Instituto de Investigaciones de la UCV (Ininco-UCV).



GALERÍA DE PAPEL BEATRIZ BAUMGARTNER / 2016



GALERÍA DE PAPEL BEATRIZ BAUMGARTNER / 2016

Propuestas de la Alianza por la Libertad de Expresión para consideración de la Comisión Permanente del Poder Popular y Medios de Comunicación de la Asamblea Nacional

En la mañana del 9 de marzo la Alianza por la Libertad de Expresión, conformada por catorce instituciones que hacen vida pública en el país, presentó ante la Comisión de Medios de la Asamblea Nacional propuestas de reforma a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (ley resorte o ley resorteme) y el Código Penal, para garantizar mayor democracia y menos control arbitrario del Estado sobre la libertad de expresión e información y sobre los medios de comunicación.

ALIANZA POR LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN¹

Estima con realismo la Alianza por la Libertad de Expresión que las actuales circunstancias signadas por un fuerte enfrentamiento del Ejecutivo hacia el Legislativo no son las más propicias ni para la aprobación de leyes orgánicamente destinadas a asegurar al país más racionalidad, democracia, pluralismo y calidad en medios (que el Ejecutivo actual no ejecutaría), ni mucho menos para leyes parciales e inconexas que hipotequen negativamente futuras importantes decisiones en la materia a adoptar por la Asamblea en tiempos más propicios.

Considera en cambio la Alianza que la Asamblea sí puede y debería adoptar en estos momentos una serie de medidas correctivas para devolver más espacios a la libertad de expresión en ámbito pluralista, y que resulten convergentes y preparatorias de más importantes iniciativas futuras del Legislador en materia de comunicaciones sociales.

Por lo esencial, tales medidas precautelares consistirían en dejar sin efecto artículos de la legislación vigente que más afectan la libertad de

expresión y más han legitimado el hegemonismo gubernamental.

A continuación presentamos algunas propuestas a tomarse en cuenta para reformar la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOT), la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (ley resorte o ley resorteme) y el Código Penal.

LEY ORGÁNICA DE TELECOMUNICACIONES *Gaceta Oficial (G.O.) No. 39.610 del 07.02.2011*

Composición de la directiva de Conatel y adscripción del ente. Modificación de los artículos 34, 35 y 40

Es indispensable que Conatel sea una *autoridad independiente y autónoma*, que no responda a líneas políticas partidistas de forma que pueda garantizar pluralidad y diversidad en la asignación de frecuencias. Para ello, debe eliminarse la potestad exclusiva del presidente de la República para nombrar a los integrantes del directorio de

¹ Conforman la Alianza: Centro de Derechos Humanos de la UCAB, Colegio Nacional de Periodistas, Comité por una Radiotelevisión de servicio público, Dirección de Posgrados de comunicación social de la UCAB, Espacio Público, Expresión Libre, Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (Ininco-UCV), Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela, revista *Comunicación y Asociados*, *Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa*, *Transparencia Venezuela* y *Un Mundo Sin Mordaza*.

Conatel. Los mismos deberán ser designados por la Asamblea Nacional en un proceso que incluya la participación de la sociedad civil, y especialmente del gremio de periodistas, organizaciones de derechos humanos, organizaciones que promuevan la libertad de expresión y el sector académico.

La ley debe establecer claramente la adscripción del ente para evitar sucesivos cambios de su ubicación dentro de la estructura del Estado. Los cambios discrecionales de la adscripción afectan la funcionalidad de este ente y contribuyen a generar incertidumbre en relación a su funcionamiento. Estas variaciones contribuyen a generar la inestabilidad en los procesos asociados a la administración del espectro radioeléctrico y las otras atribuciones que tiene establecidas por Ley.

Pluralidad y diversidad en el otorgamiento de concesiones

La ley debe incluir disposiciones que garanticen específicamente la existencia de pluralidad y diversidad en el otorgamiento de concesiones. Los procesos deben regirse mediante criterios claros que efectivamente garanticen el pluralismo en los medios basados en el espectro radioeléctrico.

Concretamente podría limitarse la cantidad de concesiones que se otorguen a un mismo operador, así como garantizar la disponibilidad de frecuencias para diversos sectores de la sociedad, incluyendo particularmente grupos minoritarios y de diversas orientaciones políticas.

El proceso asociado a la asignación de las frecuencias debe ponderar la asignación a medios estatales de servicio público, los gestionados por instituciones sin fines de lucro y las de naturaleza comercial privada.

Renovación de concesiones.

Modificación del artículo 31

Tomando en cuenta que en los últimos años Conatel ha retardado ampliamente los lapsos de respuesta, generando de esta forma una importante irregularidad en la asignación de frecuencias radioeléctricas, se propone que el silencio administrativo de este ente se entienda como positivo.

Esta disposición debe tener una *vacatio legis*, en una disposición transitoria que conceda a Conatel un tiempo adecuado para proceder a la regularización de todas las solicitudes pendientes de respuesta.

Eliminar potestades extraordinarias del presidente de la República y Conatel. Eliminación de los artículos 22, 107 y disposición transitoria 10

La Ley vigente contiene ciertas potestades extraordinarias del presidente de la República y de Conatel que a juicio nuestro son excesivas y no responden a criterios adecuados a la libertad de expresión, razón por la cual deberán ser eliminadas.

La necesidad de crear una verdadera *autoridad independiente* del Poder Ejecutivo, que no debe ser adscrita a ningún ministerio, se debe a que las arbitrariedades se producen fundamentalmente porque el “ente” siempre ha tenido un manejo político al estar adscrito al Poder Ejecutivo.

Regulación de las transmisiones obligatorias en radio y televisión. Supresión de la Disposición Final Segunda

Las transmisiones obligatorias en radio y televisión constituyen una importante limitación a la libertad de expresión e información de los ciudadanos, en particular cuando las mismas son utilizadas de forma indiscriminada.

Proponemos que la Disposición Final Segunda sea eliminada. Las potestades extraordinarias que se le asignan al presidente de la República en la LOT son inconstitucionales. En su lugar proponemos que el gobierno tenga un vocero para información de Estado, que sería lo recomendable.

LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO, TELEVISIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS

G.O. No. 39.610 del 07.02.2011

La Alianza por la Libertad de Expresión considera que es necesario preservar acciones futuras y más orgánicas en materia de radio y televisión y medios electrónicos –cuando las circunstancias así lo permitan– a fin de dotar al país de un cuerpo normativo que contemple una ley orgánica de radiotelevisión y la creación de un servicio

público de radiotelevisión no-gubernamental, que propicien y favorezcan el uso y tenencia de medios públicos, privados y de proximidad en una sociedad democrática. Una legislación en la materia hecha con sentido pedagógico y no punitivo, justa e imparcial, transparente, defensora de derechos y libertades consagradas en la Constitución de la República, que establezca la creación de una autoridad independiente para la radiotelevisión y los medios electrónicos, llamada a rendir cuentas a todos los ciudadanos a través de la Asamblea Nacional, con el fin de erradicar definitivamente cualquier tipo de monopolio y hegemonía sobre los medios y recursos radiotelevisivos que pertenecen a la nación.

La *ley resorteme* contiene artículos que abierta o solapadamente violan preceptos constitucionales relativos a derechos y libertades de información, comunicación y cultura, que el Estado debe garantizar por igual a todos los ciudadanos; a saber, los artículos 6, 7, 10, 20, 23, 27, 28, 29, 33, 34, 35.

La Alianza considera que la *ley resorteme finalmente habrá de ser derogada porque interviene e interfiere* los contenidos de la comunicación, contraviniendo los principios constitucionales, y en su lugar la Asamblea Nacional tendría que considerar una ley orgánica de radiotelevisión, visto que la comunicación constituye principio, libertad y derecho, que derivan directamente de la Constitución de la República; en consecuencia, se impone una ley orgánica con sus correspondientes reglamentos.

Considerando las actuales circunstancias en las que se encuentra el país y la sociedad venezolana, así como las dificultades que prevalecen para la aprobación de nuevas leyes, la Alianza respalda la presentación del *Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión* del Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público, asociación civil perteneciente a la coalición, cuyo núcleo central parte de la creación de una *autoridad independiente, autónoma*, para la radiotelevisión y la creación de un *servicio público de radiotelevisión no gubernamental*, orientados a garantizarle al país “la comunicación libre y plural” del artículo 58 de la Constitución de la República y del artículo 57 que garantiza la libertad de expresión “por cualquier medio de comunicación y difusión sin que pueda

establecerse censura”. Proyecto de Ley que se orienta a la creación de “un entorno radiotelevisivo nacional generador de democracia genuinamente pluralista” (en “Exposición de Motivos” del *Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión*). La Alianza estima que el Ejecutivo nacional, al incumplir con lo establecido en la Disposición Transitoria Octava de la *ley resorteme* sobre la creación de una ley especial para el desarrollo de medios de radio y televisión de servicio público, se orientó hacia un uso político-propagandístico de canales y medios del Estado venezolano contraviniendo los principios fundamentales de pluralismo y libertad de comunicar. Sería recomendable que la Asamblea Nacional adoptara acciones legales que exijan del Ejecutivo nacional hacer un uso plural y no hegemónico de los medios públicos, asegurando la *par conditio* a todas las fuerzas políticas del país.

En espera, pues, de mejores momentos para la discusión y aprobación de un novedoso y moderno marco regulatorio para la radiotelevisión venezolana, la Alianza se limita aquí a proponer la reestructuración y eliminación de algunos artículos de la vigente Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (*ley resorteme*, versión definitiva de G.O. 39.610 de 07.02.2011). La Alianza sugiere:

- Suprimir la totalidad de los artículos 6 y 7 (que definen y establecen restricciones en materia de contenidos y franjas horarias), que dejan a la discrecionalidad del funcionario gubernamental permitir o prohibir determinados contenidos no suficientemente descritos por el legislador. La Ley no puede guiarse por percepciones individuales, valores subjetivos o morales particulares sean estas de signo religioso, político, ideológico o socio-cultural.
- Suprimir la totalidad del artículo 10 (conversión en Ley de la anterior Providencia Administrativa N° 407 del año 2004). Es el núcleo duro de una Ley que otorga al Ejecutivo la potestad

La conformación del Directorio de Responsabilidad Social en manos del gobierno, e integrado mayoritariamente por representantes de los ministerios, niega el carácter plural y de autoridad imparcial que debería tener una institución que maneja recursos que pertenecen a la nación.

de suprimirle al país entero, sorpresivamente, el libre acceso a la mensajería radiotelevisiva durante todo el tiempo de transmisión, a emisoras unificadas, de propaganda gubernamental o de alocuciones presidenciales.

- ▀ Reestructuración total del artículo 20 (Directorio de Responsabilidad Social), que confiere poder total y absoluta discrecionalidad al gobierno en decisiones tales como aprobación de normas técnicas, imposición de sanciones, revocatoria de habilitaciones, no renovación de concesiones, aprobar las erogaciones del Fondo de Responsabilidad Social.

La conformación del Directorio de Responsabilidad Social en manos del gobierno, e integrado mayoritariamente por representantes de los ministerios, niega el carácter plural y de autoridad imparcial que debería tener una institución que maneja recursos que pertenecen a la nación. Se impone, como medida transitoria, su reordenamiento con representación de la Asamblea Nacional, académicos e investigadores de la comunicación, Colegio de Periodistas, representantes del sector privado-comercial de la radiotelevisión, Iglesia, sindicatos, en número paritario a la representación gubernamental, y electos bajo criterios fundamentados en el suficiente conocimiento profesional, académico y técnico, tomando en cuenta la idoneidad y competencia profesional.

- ▀ Incluir en el artículo 23 la obligatoriedad de vigilancia del Poder Legislativo sobre la ejecución del Fondo de Responsabilidad Social dependiente de Conatel como patrimonio separado. Dicho Fondo, destinado a financiar y fomentar la producción nacional y la capacitación de productores nacionales deberá rendir cuentas públicamente a fin de asegurar total transparencia en la disposición de los fondos públicos y sobre la garantía de aplicar criterios de pluralismo e igualdad de acceso de los interesados en el financiamiento de la producción nacional.

Debe tomarse en cuenta la discrecionalidad con la que ha sido manejado hasta ahora el mencionado Fondo, así como el alto contenido político de las decisiones de Conatel en el momento de calificar quien es o no productor

independiente y bajo cuáles criterios se distribuyen los recursos. Para la revisión del artículo 23 se sugiere tomar en cuenta lo contenido en el artículo 13 de la misma Ley, donde se establecen las normas para la producción nacional y los productores independientes de manera que el Fondo favorezca prioritariamente la formación de jóvenes productores independientes y el financiamiento de la producción independiente, así como también la no discriminación hacia trabajadores de los medios de comunicación audiovisual.

- ▀ Reestructuración total de los artículos 27 y 28, que definen y establecen prohibiciones de transmisión para determinados contenidos y sanciones y multas desproporcionadas, que dejan a la discrecionalidad del funcionario gubernamental la calificación de los contenidos sujetos a prohibición, a partir de las causales listadas en los artículos que se indican.

Si bien algunas de las causas numeradas corresponden a limitaciones definidas en las normativas y estándares internacionales de derechos humanos, como la prohibición de contenidos que “inciten o promuevan el odio y la intolerancia por razones religiosas, políticas, por diferencia de género, por racismo o xenofobia”; otros conceptos como “zozobra”, alteraciones del “orden público” o desconocimiento de las “autoridades legítimamente constituidas”, han sido usados como excusas para la aplicación de medidas de censura, la apertura de procedimientos administrativos con amenazas de cierre de medios y la aplicación de multas totalmente desproporcionadas. La Ley no puede guiarse por percepciones o intereses de quienes detentan posiciones de poder ni por criterios políticos partidistas, que menoscaban derechos humanos como la información y la libre expresión. La naturaleza punitiva y censora de estos artículos, contraviene los principios de los artículos 57 y 58 de la Constitución de la República que prohíben expresamente la censura y la autocensura y garantizan acceso a la información libre y plural.

- Revisión y reformulación del artículo 29, que define y establece sanciones desproporcionadas como multas y revocatoria de habilitaciones administrativas y concesiones. Las multas desproporcionadas calculadas sobre la base de los ingresos brutos, constituyen medidas de presión económica que estimulan la autocensura o inciden en censura indirecta. La posibilidad de revocar habilitaciones y concesiones otorga al gobierno un poder discrecional para aplicar censura. La naturaleza punitiva y censora de este artículo, contraviene el derecho constitucional a la información libre y plural.

Toda ley debe contemplar sanciones por su incumplimiento pero es evidente que las establecidas en la *resorteme* no solo son desproporcionadas, sino que se han prestado a un uso discrecional por parte del funcionario público. Las sanciones que se contemplen por incumplimiento deben ser proporcionales a la falta comprobada y suficientemente claras sin que medien consideraciones subjetivas imposibles de comprobar.

- Suprimir la totalidad de los artículos 33, 34 y 35, sobre Medidas Cautelares, que conceden a Conatel el poder discrecional absoluto de suspenderle a cualquier emisor la difusión de mensajes “que infrinjan los supuestos establecidos en esta Ley”; un poder que reveló ser un filtro para la censura ideológica de la disidencia.

CÓDIGO PENAL

Código Penal, G.O. No. 5768 Extraordinaria del 13.04.2005

Los estándares internacionales de derechos humanos han establecido que deben eliminarse las sanciones penales por difamación, calumnia e injuria. La protección a la reputación debe estar garantizada solo a través de sanciones civiles, es decir, no se puede castigar con prisión los llamados delitos de opinión, mucho menos en los casos en que la persona ofendida sea un funcionario público, o persona pública, o particular, que se haya involucrado voluntariamente en asuntos

de interés público, dado que precisamente son estas personas quienes deben estar sujetas a un mayor escrutinio por parte de la sociedad. Un funcionario público, que maneja asuntos y dinero público (*res publica*) debe ser sometido a escrutinio permanente por los ciudadanos y las instituciones de defensa de los derechos ciudadanos. No es un funcionario que puede tener privilegios o protecciones especiales por encima de los ciudadanos, de allí la necesidad de que se cumplan los estándares de transparencia y acceso a la información.

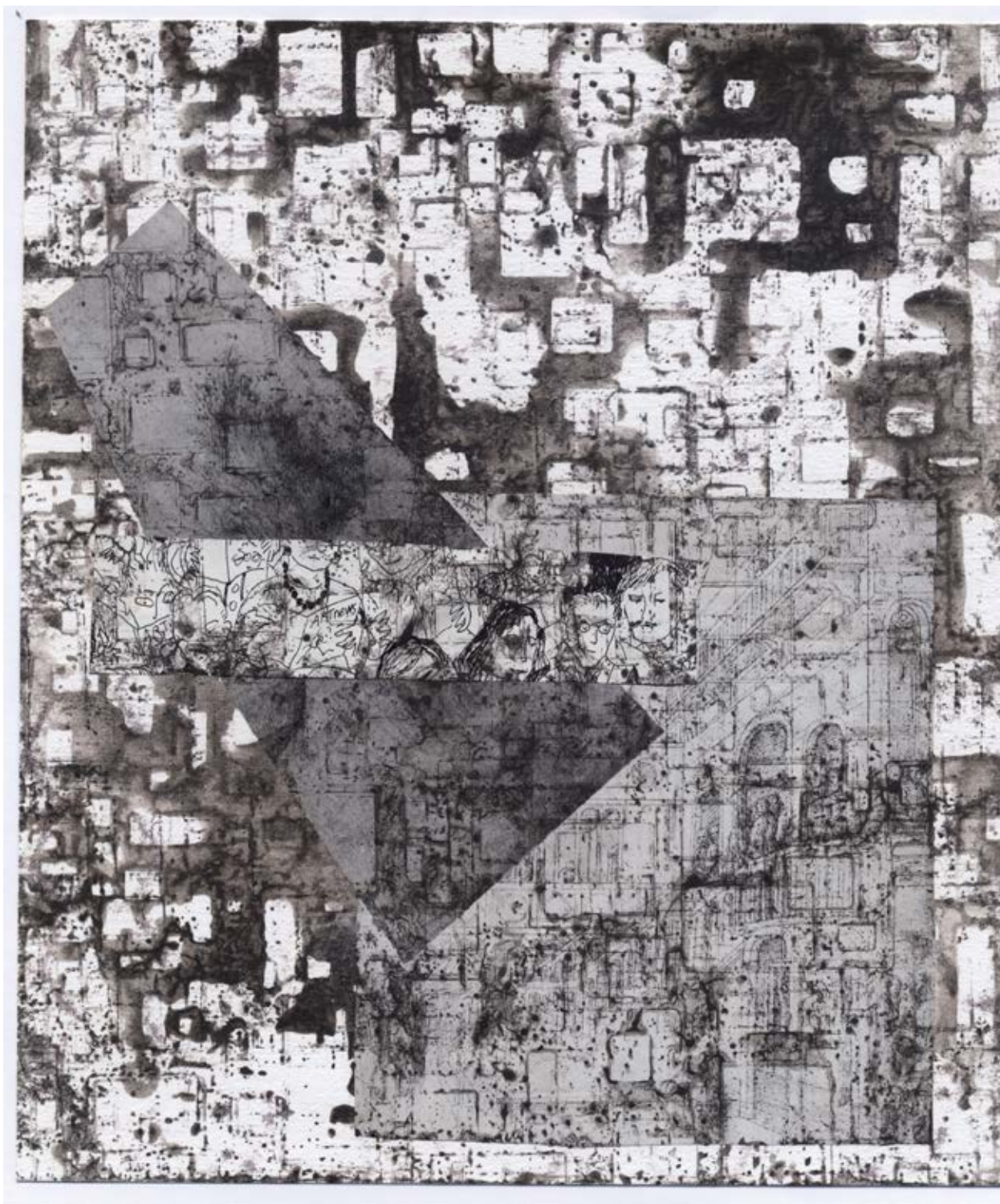
De esta manera las faltas al honor o reputación puedan ser resarcidas a través del derecho a réplica y/o reparaciones económicas proporcionales. Estos delitos deben desaparecer del COPP y debe quedar protegido el derecho al honor por medio de la vía civil, como lo han sugerido organismos internacionales promotores y defensores de los derechos humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización de Estados Americanos (OEA).

Deben modificarse los artículos del COPP 141, 147, 148, 149, 150, 151, 215, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 357, 442, 443, 444, 445, 448, 450 y 506, del texto decretado. Los mencionados artículos mantienen y amplían el alcance de figuras jurídicas que son contrarias al contenido del derecho a la libertad de expresión, como lo es el vilipendio o desacato.

En una sociedad democrática, la legislación debe inclinarse a favor de la crítica política como ejercicio de la participación sobre los asuntos públicos que conciernen a toda la sociedad. Asimismo, cualquier sanción penal por expresar una opinión atenta contra el derecho humano a la libertad de expresión.

Finalmente, el artículo 357 sanciona la eventualidad de un siniestro asociado al cierre de vías de circulación. Esta consideración permite una interpretación restrictiva del derecho a la manifestación pacífica o de reunión por parte de los tribunales nacionales.

Los estándares internacionales de derechos humanos han establecido que deben eliminarse las sanciones penales por difamación, calumnia e injuria. La protección a la reputación debe estar garantizada solo a través de sanciones civiles, es decir, no se puede castigar con prisión los llamados delitos de opinión.



GALERÍA DE PAPEL BEATRIZ BAUMGARTNER / 2016

Ley de Comunicación del Poder Popular

—entre contradicciones y conveniencias—

A punto de concluir el año 2015 –el 10 de diciembre– la Asamblea Nacional saliente aprueba la Ley de Comunicación del Poder Popular. Ese proyecto data del año 2011, cuando un grupo de representantes de medios comunitarios y alternativos lo introducen para su discusión. He aquí un análisis de esa Ley cuyas contradicciones –nos apunta la autora– la distancian de un instrumento legal y la aproximan a un panfleto político.

JOHANNA PÉREZ DAZA

Luego de diecisiete años, en Venezuela se abre una posibilidad de cambio, una opción frente al modelo totalitarista, conquistada tal y como debía ser: por la vía democrática y la fuerza del voto. Frente a la nueva composición de la Asamblea Nacional (AN), distintos sectores comprometidos con el país buscan presentar sus propuestas y planes de acción. Enmudecidos y silenciados quieren hacer escuchar su voz, afinan, ensayan y vocalizan, generando un ruido que, de no saberse llevar, terminará en diálogo de sordos, tumulto de voces y gritos aislados. Es, pues, necesario organizarse, priorizar temas y áreas, atender las necesidades y problemas fundamentales de la población venezolana conocidos y vividos por todos (inseguridad, inflación, desabastecimiento, independencia de poderes...).

En este contexto, la comunicación sigue siendo un tema sensible, difícilmente ignorado o descartado por los distintos actores políticos que comprenden su influencia en la opinión pública.

Sin obviar los matices, se observa un sector que intenta –o mejor dicho: sigue intentando– equiparar concentración de medios con concentración de poder, en un desmedido afán por subsistir. El otro sector, rescata la indisoluble relación entre comunicación y democracia, subrayando la necesidad de sanear el ecosistema mediático, que hoy presenta elevados índices de contaminación propagandística, censura, autocensura y mecanismos de presión.

Ambas posturas reflejan que la comunicación es entendida como piedra angular para el desarrollo de distintos procesos; así lo evidencia, además, la dinámica e importancia con la cual ha sido manejada en los últimos años. Entre los varios aspectos que pueden analizarse, nos detendremos en la Ley de Comunicación del Poder Popular aprobada vía exprés el 10 de diciembre de 2015 y publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.207, del 28 de diciembre del mismo año.

Hay éxitos tristes. Por ejemplo el de palabras como popular, que casi no se usaba, luego fue adquiriendo la mayúscula y acaba escribiéndose entre comillas.

(Néstor García Canclini)

Consta de cincuenta artículos, tres disposiciones transitorias y una disposición final. Desde su preámbulo se observan contradicciones que la distancian de un instrumento legal y la aproximan a un panfleto político.

Representantes de medios comunitarios y alternativos presentaron el proyecto de ley ante la Comisión Permanente del Poder Popular y Medios de Comunicación, en 2011. Luego de algunas modificaciones y discusiones permaneció engavetada, hasta que en diciembre pasado fue aprobada, pocos días antes de vencer el periodo de la AN saliente, de mayoría oficialista.

Consta de cincuenta artículos, tres disposiciones transitorias y una disposición final. Desde su preámbulo se observan contradicciones que la distancian de un instrumento legal y la aproximan a un panfleto político.

El escenario comunicacional es descrito mediante epítetos que desvirtúan y amañan la esencia de conceptos como pueblo y popular. Refiere al “pueblo comunicador” que actuará “en el marco de la construcción del socialismo”. La comunicación popular es definida como “una iniciativa revolucionaria”. Se mencionan también la “lucha de clase” y “los oprimidos”. Se manosean términos y frases que, inevitablemente, se asocian con una ideología excluyente. Se pretende persuadir y confundir con la “búsqueda de igualdad de condiciones de todos los sectores de la sociedad”, aunque su objeto es dar preferencia a los “Medios de Comunicación para el Poder Popular”, lo que de plano es un contrasentido –privilegiar unos medios en detrimento de otros– para, finalmente, afirmar, de forma directa y sin cortapisas, que este modelo abrirá “paso al surgimiento del pueblo comunicador, que en el caso venezolano responde a los principios para la construcción del Poder Popular rumbo al socialismo”.

Vale la pena desagregar conceptos como: comunicación y popular. Recordar algunas características básicas: 1.- La comunicación es un proceso dialógico y no un discurso unidireccional ni, mucho menos, imposición por repetición. 2.- Lo popular no se decreta, sino que se reconoce y construye, sobre un eje amplio, plural e incluyente. Desagregar también el término pueblo comunicador, para conocer sus atributos más allá de la adjetivación de raíz demagógica;

así como la definición de comunicadores populares, desde sus cualidades masivas y sus falencias profesionales y deontológicas –aclarando que la precisión no es peyorativa, sino valorativa–. Aclarando también que todos tenemos el derecho a expresarnos y comunicarnos, más allá de la estética o cánones dominantes, sin menoscabo de la formación, competencias y responsabilidades específicas.

Lejos de un análisis de contenido, este acercamiento a la Ley desde el lenguaje nos permite redimensionar los términos, profundizar en su sentido y significado. La estrecha relación entre lenguaje y poder deja ver que el uso de estos términos no es ingenuo o casual¹, sino que responde a la imposición de un proyecto político que, ciertamente, ha estimulado el surgimiento de medios comunitarios, pero con fines e intenciones que se alejan de sus principios y razón de ser: estar del lado de las comunidades y no de parcialidades gubernamentales o partidistas, como se constata en la praxis.

Muchos medios comunitarios han adoptado el ideario chavista sin que esto signifique, automáticamente, su identificación y aceptación en las comunidades. El desempeño que, hasta ahora, han tenido la mayoría de los medios comunitarios y alternativos nacidos en “tiempos de revolución”, muestra fuertes vínculos con el Gobierno. Esto, más que una respuesta contra o anti hegemónica, sugiere adhesión a una nueva hegemonía impulsada por y desde el Gobierno, lo que contraviene la comunicación popular y comunitaria. Su presencia en el sistema de medios venezolanos, no es proporcional a la penetración en las audiencias, las cuales, muchas veces no conocen las emisoras comunitarias que funcionan en sus municipios², en consecuencia, su impacto en las comunidades es ínfimo a pesar del apoyo económico y dotaciones que han recibido, según cifras difundidas por el propio Gobierno³.

En este nuevo marco legal se recalca que el núcleo de financiamiento de estos medios se ubicará en los órganos de gobierno (Conatel y MinCI han sido hasta ahora sus principales fuentes de financiamiento, equipamiento e infraestructura), lo que solapa y condiciona su fundamento contestatario. En el artículo 29 se especifica que: “El Estado fortalecerá el desa-

rollo de los medios populares, alternativos y comunitarios de las diferentes vertientes de la Comunicación Popular, dotándolos de los requerimientos técnicos, materiales, equipos y subsidios necesarios para su funcionamiento; y garantizará la autogestión a través de la promoción y apoyo de proyectos socioproductivos que permitan su sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo.”

Desde este punto de vista, resulta contradictorio el término alternativo en el marco de esta Ley, ya que no puede hablarse de “lo alternativo” si prevalecen sólidos nexos de los medios comunitarios con el propio poder. Nos preguntamos ¿cómo queda la función de denuncia consustancial a las luchas comunitarias, cuando los entes que deben denunciarse son, precisamente, los que sustentan económicamente a estos medios?

El propio concepto de comunicación popular es amainado, inconsistente con prácticas auténticamente inclusivas y comunitarias, alternas al poder dominante y los sistemas hegemónicos de difusión que, en nuestro caso, se ubican en el Gobierno de turno. Observamos con preocupación como muchos medios comunitarios funcionan como extensiones del Sistema Bolivariano de Comunicación e Información (Sibci) y como fachadas de instancias alineadas con el Gobierno. Y siguiendo con el lenguaje y su uso intencionado, vemos como, según esta Ley, la comunicación popular debe responder al modelo comunicacional *antiimperialista y revolucionario*, palabras con connotaciones muy particulares en el escenario venezolano de los últimos años.

Aparecen figuras como: consejos (nacional, estatales y municipales) de la comunicación popular, los comités de comunicación alternativa y comunitaria de los consejos comunales, y el sistema nacional de la comunicación popular, sin clarificar los mecanismos de participación ciudadana, siendo esta el epicentro de las iniciativas de comunicación alternativa y popular.

Por el contrario, el articulado de esta Ley muestra un Estado interventor que, lejos de propiciar procesos comunitarios autónomos, se convierte en obstáculo y elemento distorsionante, al tratar de moldear su esencia y, en consecuencia, imponer ideas y estructuras que responden a su modelo político.

Además de lo antes expuesto, hay otros dos elementos que llaman la atención: 1. La opacidad, contradicción e incongruencia de la data oficial en cuanto al número de medios comunitarios existentes en el país, lo que nos lleva a cuestionar ¿para quién se legisla?, y ¿a quién conviene esta inconsistencia⁴ cuantitativa? 2. La celeridad con la cual fue sancionada esta Ley junto a otros instrumentos legales priorizados por la AN saliente, cuatro días después de las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre. Esto reafirma la idea de la comunicación como herramienta para ejercer, mantener, maximizar y, eventualmente, recuperar el poder.

También es notoria la importancia dada a las comunicaciones cuando se consideran sus formatos minuciosamente, intentando no dejar nada por fuera. Así, esta Ley abarca distintos soportes de expresión de la comunicación alternativa⁵. Esta oferta engañosa de reconocimiento y amparo legal de los medios comunitarios y las “vertientes de la Comunicación Popular”, indicadas en el artículo 21, son una forma detallada de intervenir en:

- Medios populares, alternativos y comunitarios radiales.
- Medios populares, alternativos y comunitarios televisivos.
- Medios populares, alternativos y comunitarios impresos.
- Medios populares, alternativos y comunitarios digitales y electrónicos.
- Medios populares, alternativos y comunitarios muralísticos y otros formatos comunicacionales.
- Medios populares, alternativos y comunitarios de los consejos comunales y/o de las comunas.
- Medios populares, alternativos y comunitarios de los movimientos sociales.

Y sin dejar nada por fuera y con el espejismo de la democratización de las comunicaciones, esta Ley se nos presenta como una forma remozada de

Muchos medios comunitarios han adoptado el ideario chavista sin que esto signifique, automáticamente, su identificación y aceptación en las comunidades. El desempeño que, hasta ahora, han tenido la mayoría de los medios comunitarios y alternativos nacidos en “tiempos de revolución”, muestra fuertes vínculos con el Gobierno.

lo que Umberto Eco ha denominado populismo mediático.

Mientras los foros internacionales en materia comunicacional llaman a legislar para el pluralismo y la diversidad, esta Ley se pone al margen de estos aspectos consustanciales a la democracia y a la propia Constitución nacional (artículo 58). Hace falta retomar el verdadero sentido de la democratización de las comunicaciones, sin subordinación o imposición, sin manipulaciones y condicionamientos. Discutir y esclarecer los principios de los medios de servicio público y de políticas comunicacionales cuya base sea el respeto y preservación de los derechos humanos y las libertades.

La tarea no es sencilla. Afortunadamente, hay voces múltiples que pueden armonizarse en clave democrática e interpretar la banda sonora que sirva de fondo a la reconstrucción nacional. Aquí todas las voces serán necesarias, incluyendo la de los medios comunitarios llamados a recomponerse y reconciliarse con sus fundamentos, de cara a las necesidades de las comunidades en el sentido amplio de la expresión porque, al final de todo, cada sector y grupo de medios tiene unas funciones específicas a las cuales responder, y cada uno tiene aportes que dar. Esa es la esencia de la diversidad y la fuerza del pluralismo.

JOHANNA PÉREZ DAZA

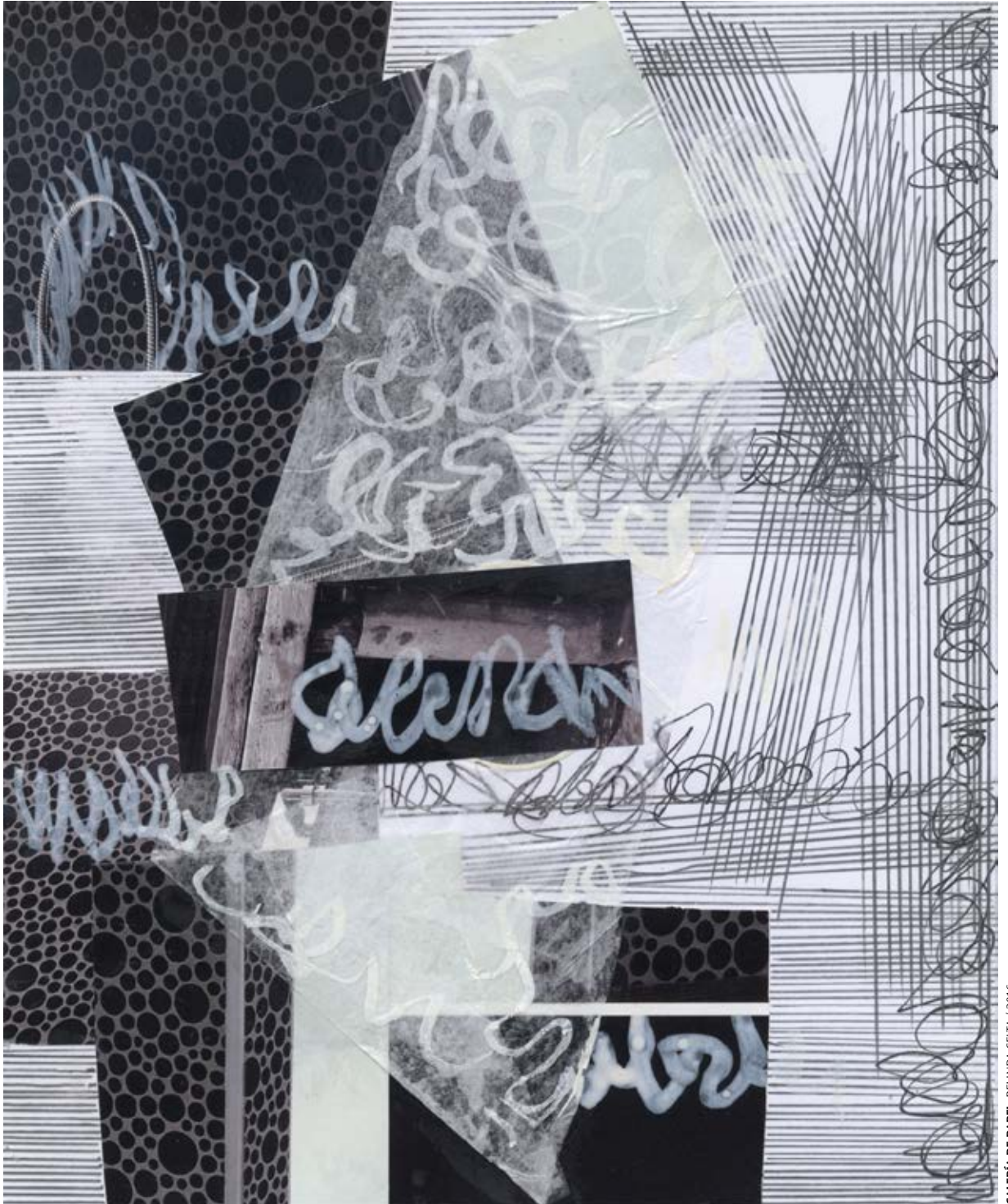
Periodista. Investigadora-docente. Coordinadora de la Maestría en Comunicación Social Ininco-UCV.

Notas

- 1 “En este sentido, la fuerza de convicción de las palabras reside en su concordancia con la realidad. El lenguaje le da forma al mundo. La palabra es el primer ejercicio de poder (*in principium verbum erat*).” (Romano, 2007: 8)
- 2 El estudio *Investigación pobreza. Diez años después* (2010), dirigido por Bisbal, M. y Pasquale N. arrojó que para el período 2008-2009 la audiencia de los medios comunitarios era mínima: “Apenas 2 % de los encuestados ven las televisoras comunitarias a diario; 12 %, ocasionalmente, y 73 %, nunca; mientras, dos tercios de los radioescuchas nunca han oído una radio comunitaria, y 69 % de los entrevistados nunca ha leído un periódico comunitario.” (p. 164). Estas cifras resultan alarmantes e inquietantes si se considera la inversión y promoción que los MAC han tenido en la última década, lo cual parece no corresponderse con el número de usuarios esperados.
- 3 A mediados del año 2006, las cifras oficiales de Conatel permitían constatar que, en apenas dos años (2004-2006), un total de 108 emisoras de radio y TV comunitarias recibieron cerca de cuatro mil bolívares para la adquisición de equipos, capacitación, adecuación de infraestructura e, incluso, para la constitución de las fundaciones que los gestionan.
Aunque las cifras sobre el financiamiento han dejado de ser expuestas de manera pública, en la Ley de Presupuesto Nacional del año 2011 se informa que estos recibieron 4.430.839 bolívares fuertes.
A principios del año 2012, en un acto realizado para entregar 18 millones de bolívares a 126 radiodifusoras y televisoras comunitarias, representantes de Conatel informaron que esos montos serían destinados a equipamiento, mobiliario y papelería, pago de servicios básicos, autoconstrucción de infraestructura física o pago de esta en caso de estar arrendadas y para incentivar económicamente al personal. (Urribarrí, 2013: 73).
- 4 No existen cifras actualizadas o listados de acceso público sobre el número de medios comunitarios operativos. En el caso de los radioeléctricos, Conatel, MinCI y voceros del Gobierno manejan cifras que van desde 290 hasta más de 1.000 medios, sin ofrecer una clasificación sobre estaciones habilitadas, ilegales, en funcionamiento, fuera del aire o inactivos.
- 5 El reglamento de Radio Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público sin fines de Lucro (Publicado en Gaceta Oficial N° 37.359, del 08 de enero de 2002) se limita solo a medios radioeléctricos.



GALERÍA DE PAPEL ALICIA DE LIMA / 2016



GALERÍA DE PAPEL BELINDA CELITA / 2016

Los canales parlamentarios —El caso de ANTV—

Los canales parlamentarios constituyen una extraordinaria oportunidad para promover el debate y la difusión de ideas, proyectando información de relevancia pública y coadyuvando en el proceso de formación de la opinión pública de manera libre y plural. Por ello resulta muy importante recuperar la señal de ANTV cuyos bienes y equipos pertenecen a la Asamblea Nacional.

JHENNY RIVAS

EL PARLAMENTO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La relación entre el Parlamento y los medios de comunicación social se asienta en dos silogismos. El primero descansa sobre una premisa mayor: el carácter representativo del Parlamento. La premisa menor: los órganos representativos, por su propia naturaleza han de ser públicos, puesto que el conocimiento del ejercicio de sus competencias es requisito indispensable de los representados para el ejercicio del derecho a elegir. La publicidad del trabajo parlamentario es esencial para la democracia representativa.

La preocupación por la disminución del interés mediático por el Parlamento y sus negativas consecuencias en el conocimiento de la institución y sus funciones por la ciudadanía, es de tal alcance que la propia Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa ha adoptado distintas resoluciones.

En la resolución de 1984 la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa ante el restringido número de espectadores y lectores que siguen las informaciones parlamentarias y el número escaso de periódicos que dan informaciones completas y detalladas sobre la información parlamentaria, remarcando la necesidad de los parlamentos de mantener sus usos, tradiciones y reglamentos de un lado, y de otro la total libertad de prensa, recomendaba diversas medidas.¹

Así, la resolución sugería crear unidades especializadas en temas de información (dentro de los parlamentos), que produzcan notas o declaraciones a la prensa sobre el orden del día de las sesiones; estudiar la forma más adecuada para la prestación del servicio de los periodistas dedicados a la fuente parlamentaria; establecer boletines de prensa con especial incidencia en los resúmenes de debates o materias; apoyar con los equipos necesarios de radio y televisión; producir

El concepto de la creación de unos canales de televisión en los que se muestre la vida parlamentaria nace como la idea de acercar la política a los ciudadanos. En los parlamentos se decide el transcurso de la democracia, se discuten, se modifican y se crean leyes y normas que afectan a todos los miembros de las sociedades democráticas.

documentos audiovisuales sobre el funcionamiento parlamentario y registrar los debates para su utilización por las emisoras de radio y televisión.²

Los medios de comunicación son pieza fundamental de la actividad política, al ser órganos de vigilancia y control sobre la actividad del gobierno. Para ello los mismos participan en dos momentos; primero, como conducto para transmitir la información que proporciona algún miembro del gobierno; por ejemplo, cuando este comparece ante el Parlamento o cuando la institución representativa verifica, examina, analiza, comprueba y fiscaliza la actividad del gobierno. En un segundo momento del control, los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) trasladan a la opinión pública las actuaciones –errores o aciertos–

del gobierno, dejando sus consecuencias en el cuerpo electoral para que este, con el ejercicio de su voto activo, apruebe o desapruebe la política gubernamental.³

LOS CANALES PARLAMENTARIOS

El canal del Parlamento se suma a los mecanismos políticos, sociales y de comunicación que buscan consolidar la vida democrática de un país. Su relevancia estriba en la importancia del papel de los órganos legislativos y en su comprensión por parte de los ciudadanos, de tal manera que se logre la legitimidad general y la cohesión social en torno a los asuntos clave para la nación. Los órganos legislativos no expresan una sola voluntad, sino que actúan como foro para que los distintos grupos representados expongan sus opiniones, disensos y críticas, bajo el principio del pluralismo y la visión del diálogo.⁴

Los canales parlamentarios se diferencian de otros medios, con vocación de servicio público, nacionales en que no solo tienen un imperativo educativo y cultural, sino también cívico. Y este consiste en presentar al debate y la deliberación, no únicamente como contenidos de cobertura privilegiada, sino como la racionalidad intrín-

seca, la lógica subyacente a la construcción de una vida democrática auténtica.⁵

La función de los canales parlamentarios trasciende su naturaleza aparente de mero órgano de difusión para dimensionarse como un medio de comunicación con una importancia política única, dado el pluralismo en la conformación del órgano parlamentario.⁶

El concepto de la creación de unos canales de televisión en los que se muestre la vida parlamentaria nace como la idea de acercar la política a los ciudadanos. En los parlamentos se decide el transcurso de la democracia, se discuten, se modifican y se crean leyes y normas que afectan a todos los miembros de las sociedades democráticas. Desde el desarrollo de las sociedades democráticas hay una estrecha e íntima relación entre los medios de comunicación y la política.

CREACIÓN DE ANTV

Durante el año 2005 la Asamblea Nacional creó la Fundación ANTV a través de la cual se le dio vida al canal de televisión de la Asamblea Nacional. En principio, se trató de un canal que solo podía verse a través del cable; sin embargo, con su progresiva modernización a mediados del año 2006 iniciaron sus transmisiones en señal libre solo en el ámbito de la ciudad capital, ya para el año 2007 estaba en señal abierta para todo el país.

La Asamblea Nacional considerando sus atribuciones en la organización y promoción de la participación ciudadana en los asuntos de su competencia, y persiguiendo establecer una comunicación permanente con la ciudadanía, a la cual debe informar veraz y oportunamente sobre su actuación, así como la rendición de cuentas exigida constitucionalmente, como una forma de garantizar la más amplia participación popular en los procesos de formación de las leyes, el control de la gestión del gobierno y la administración pública y, en general, en todas las materias de su competencia, crea el canal de la Asamblea Nacional.⁷

Adicionalmente, es necesario destacar que la creación de un canal de televisión por parte de la Asamblea Nacional se consideró como un medio idóneo para cumplir con la obligación de esta de difundir información que se produzca en su seno, a fin de facilitar la participación, en condiciones

de igualdad de toda la ciudadanía, mediante la instalación de un servicio permanente de generación de iniciativas propias de información, a través de distintos mecanismos y servicios internos o externos de la institución en el ámbito de las telecomunicaciones.

Destaca en la resolución de creación de *ANTV* el que se considere a la Asamblea Nacional, “como el epicentro del debate de las ideas políticas”, y a la “televisión el medio más directo para lograr una comunicación eficaz e inmediata, a objeto de que este sea quien tome su propias decisiones y haga sus propios juicios, sobre los acontecimientos políticos que se ventilan a diario en el territorio nacional”.⁸

FUNDACIÓN TELEVISORA DE LA ASAMBLEA NACIONAL

La Fundación Televisora de la Asamblea Nacional, tiene su domicilio en la ciudad de Caracas, corresponde a la Fundación la puesta en marcha y operación de la *Televisora de la Asamblea Nacional*, a los fines de desarrollar una estrategia comunicacional que permita la difusión del trabajo parlamentario como una forma de garantizar la más amplia participación popular en los procesos de formación de las leyes.⁹

El patrimonio de la Fundación Televisora de la Asamblea Nacional está integrado por:

1. Los bienes y derechos que constituyen una dotación inicial a la Fundación.
2. Los equipos especializados adquiridos para las actividades propias de la Fundación.
3. Los aportes presupuestarios que se le asigne en cada ejercicio fiscal en el presupuesto de la Asamblea Nacional.
4. Los recursos económicos derivados de las estrategias de financiamiento, autofinanciamiento, autogestión y cogestión.
5. Los ingresos que obtengan en el desarrollo de programas, proyectos y planes inherentes a su objeto.

De acuerdo con la resolución de creación de *ANTV*, la Asamblea Nacional dotará a la Fundación de todos los bienes y equipos necesarios para coadyuvar con el objetivo de la Fundación. No obstante, de acuerdo con la propia resolución, la cesión de los bienes y equipos se reali-

zará mediante comodato, por lo que la Asamblea Nacional mantiene la titularidad sobre dichos bienes.¹⁰

Adicionalmente, en caso de liquidación de la Fundación todos aquellos bienes y equipos que formen parte de su patrimonio por cualquier título y a través de personas naturales o jurídicas distintas a la Asamblea Nacional, pasarán a formar parte del patrimonio de la Asamblea Nacional.¹¹

ORGANIZACIÓN DE LA FUNDACIÓN TELEVISORA DE LA ASAMBLEA NACIONAL

La dirección y administración de la Fundación está a cargo de una junta directiva, integrada por cinco miembros. Dicha junta está conformada por un presidente, un vicepresidente, quienes ejercerán los cargos de presidente y vicepresidente de la *Televisora de la Asamblea Nacional*, y tres vocales. Además contará con la asistencia y apoyo de un consejo consultivo.¹²

La presidencia de la Asamblea Nacional tendrá la facultad de designar y remover a cada uno de los miembros de la junta directiva, así como el consejo consultivo.¹³

Es de hacer notar que la resolución de creación otorga a la junta directiva de la Asamblea Nacional importantes competencias en la dirección de la Fundación Televisora de la Asamblea Nacional, al punto que designa y remueve a los miembros de su principal órgano de dirección (la junta directiva).

En el caso de la *Televisora de la Asamblea Nacional* ha sido reiterado desde su creación que la junta directiva esté compuesta solo por miembros del grupo parlamentario mayoritario dentro de la Asamblea. No establece la resolución de creación de la Fundación Televisora Asamblea Nacional si quienes ejercen los cargos de presidente o vicepresidente deben ser parlamentarios o pueden escogerse fuera del seno de la Asamblea.

En cuanto al consejo consultivo el mismo está integrado por cinco parlamentarios, dos de los cuales son quienes ocupan la presidencia y la vicepresidencia de la Comisión Permanente de Ciencia, Tecnología y Comunicación Social. Establece la resolución de creación que los cinco miembros deben ser parlamentarios, sin embargo

En definitiva, se trata de acercar el Parlamento a los ciudadanos, fomentar la participación en los asuntos públicos y favorecer una relación más estrecha y fluida con las instituciones representativas.

no se hace ninguna mención a que la conformación del consejo consultivo sea de carácter plural de manera de representar a los diversos sectores políticos que hacen vida dentro del Parlamento.

En este sentido, es común que los canales parlamentarios estén dirigidos por un órgano más plural en el que hagan vida los representantes de

los principales grupos presentes en el Parlamento, así por ejemplo en el caso del canal de televisión del Congreso de México, es dirigido por una comisión legislativa con representantes de la Cámara de Senadores y de la Cámara de Diputados, denominada Comisión Bicameral del Canal de Televisión del Congreso. Su existencia fue aprobada por las

asambleas plenarias de ambas Cámaras, con el objeto de garantizar la conducción plural, objetiva, veraz y equilibrada tanto de los contenidos como de la operación del Canal del Congreso.¹⁴

Esta Comisión Bicameral del Congreso mexicano está integrada por tres diputados y tres senadores de las principales fuerzas políticas representadas en el Congreso Federal mexicano. Su presidencia es anual y rotativa entre los grupos parlamentarios y ambas cámaras. También tiene una secretaría técnica encargada de coordinar sus actividades.¹⁵

Este órgano rector tiene su propio programa de trabajo, calendario de sesiones, archivo de actas de las mismas e información en su propio micrositio web. Tiene sus oficinas en dos sedes, una en la Cámara de Diputados y otra en la Cámara de Senadores.¹⁶

El órgano de dirección de un canal parlamentario debe ser fiel reflejo de su composición plural, con representación de la mayoría pero también de las minorías. De igual forma los órganos consultivos de los canales parlamentarios suelen ser medios de garantía de la pluralidad, el acceso a la información y la libertad de expresión.

En el caso del canal de televisión del Congreso mexicano, el consejo consultivo es el órgano plural de representación social del canal del Congreso, conformado por once especialistas con amplia trayectoria y reconocimiento en el ámbito de los medios de comunicación.

La Comisión Bicameral es la encargada de elegir a los consejeros mediante la evaluación de candidaturas propuestas por instituciones académicas, organizaciones civiles u otras. Por ello, la Comisión siempre realiza una convocatoria pública. Los consejeros duran un año en su cargo y tienen la posibilidad de ser reelectos. El cargo es honorífico, personal e intransferible y las instituciones que los proponen no pueden ejercer en ellos representación alguna.¹⁷

En el caso de España: el servicio Congreso TV se instaló en el año 1993, con cámaras por control remoto en el hemiciclo, para grabar y emitir las sesiones plenarias. En 1998 se hizo lo mismo en las distintas salas en las que se reúnen las Comisiones. El Congreso, desde entonces, facilita señal institucional del Pleno y las sesiones de Comisión, así como otros actos que tienen lugar en la Cámara Baja, y las ofrece, distribuye, con calidad profesional, a las cabinas que tienen las emisoras de televisión en la zona de prensa, además de emitirse por el circuito cerrado de televisión a todos los edificios parlamentarios. Todas las imágenes se transportan hasta el Centro Nodal en Torrespaña para su distribución a las cadenas de televisión, nacionales o extranjeras, interesadas en recibir información del Congreso de los Diputados, así como a las instituciones de la Administración del Estado, partidos políticos, medios de comunicación, entidades y organismos que lo soliciten.

El Control de Televisión del Congreso de los Diputados, ubicado en uno de los edificios de la Cámara, se encarga de producir y realizar la señal institucional de las actividades que se desarrollan en ella. En esta misma sala se instaló el control de continuidad del Canal del Parlamento.

El Canal del Parlamento español emitió por primera vez el 5 de abril de 2000, con la difusión de la sesión constitutiva de la VII Legislatura. Al igual que los canales parlamentarios de otros países, el Canal del Parlamento nace como instrumento de la democracia al servicio de los ciudadanos, para que estos conozcan de primera mano el trabajo realizado por sus representantes.

El canal nació por iniciativa del Congreso de los Diputados en abril de 2000 (coincidiendo con el inicio de la VII Legislatura) para dar a conocer la actividad parlamentaria a los ciudadanos. Las

imágenes del Pleno y de las Comisiones se distribuyen a las cadenas de televisión nacionales o extranjeras interesadas en recibir información de esa Cámara, así como a las instituciones de la Administración del Estado, partidos políticos, medios de comunicación, entidades y organismos diversos. Es un canal de televisión público español, producido por *Televisión Española* y el Congreso de los Diputados, que emite por satélite, cable e Internet, con una programación basada en la retransmisión, en directo y en diferido, de sesiones de Pleno y Comisión así como de programas divulgativos de producción propia.

En definitiva, se trata de acercar el Parlamento a los ciudadanos, fomentar la participación en los asuntos públicos y favorecer una relación más estrecha y fluida con las instituciones representativas. Para que el Canal del Parlamento pueda cumplir esta función, es necesario que cuente con una amplia red de distribución, de modo que la señal pueda llegar al mayor número de personas posible.

La programación del Canal del Parlamento se basa principalmente en difusión de las sesiones plenarias, que se emiten siempre en directo y tienen prioridad sobre cualquier otro evento o acto que tenga lugar en el Congreso de los Diputados. Las sesiones de Comisión se emiten, en directo o en diferido, atendiendo a criterios de relevancia, en función de las comparecencias que se celebran ante ellas, o las iniciativas que se tratan en las mismas, que pueden ser legislativas o no legislativas.

Además de la actividad parlamentaria propiamente dicha, el Canal del Parlamento emite otras actividades que se desarrollan en la Cámara, como visitas o actos institucionales, seminarios o presentaciones organizados por el Congreso de los Diputados.

Por otra parte, el Canal del Parlamento elabora contenidos de producción propia, que emite en los momentos en los que no hay actividad parlamentaria. Actualmente, se emiten piezas cortas y de continuidad, así como reportajes sobre diversos temas.

Referencias

- HUERTAS JIMÉNEZ Luis Fernando (2004): “Los canales de televisión parlamentarios”. En: *Parlamento y Comunicación: (nuevos retos)*. Pamplona: Tecnos.
- PEDROZA De La LLAVE, Susana (2000): “Concentración de medios y pluralismo, el marco jurídico del Canal de Televisión Mexicano”. En: *Serie Doctrina Jurídica* N° 37. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- RIPOLLÉS SERRANO, María Rosa (2006): “Parlamento y medios de comunicación social”. En: *Cuadernos de Derecho Público*. Instituto Nacional de Administración Pública, N° 29 (septiembre-diciembre), Madrid.

Otras referencias

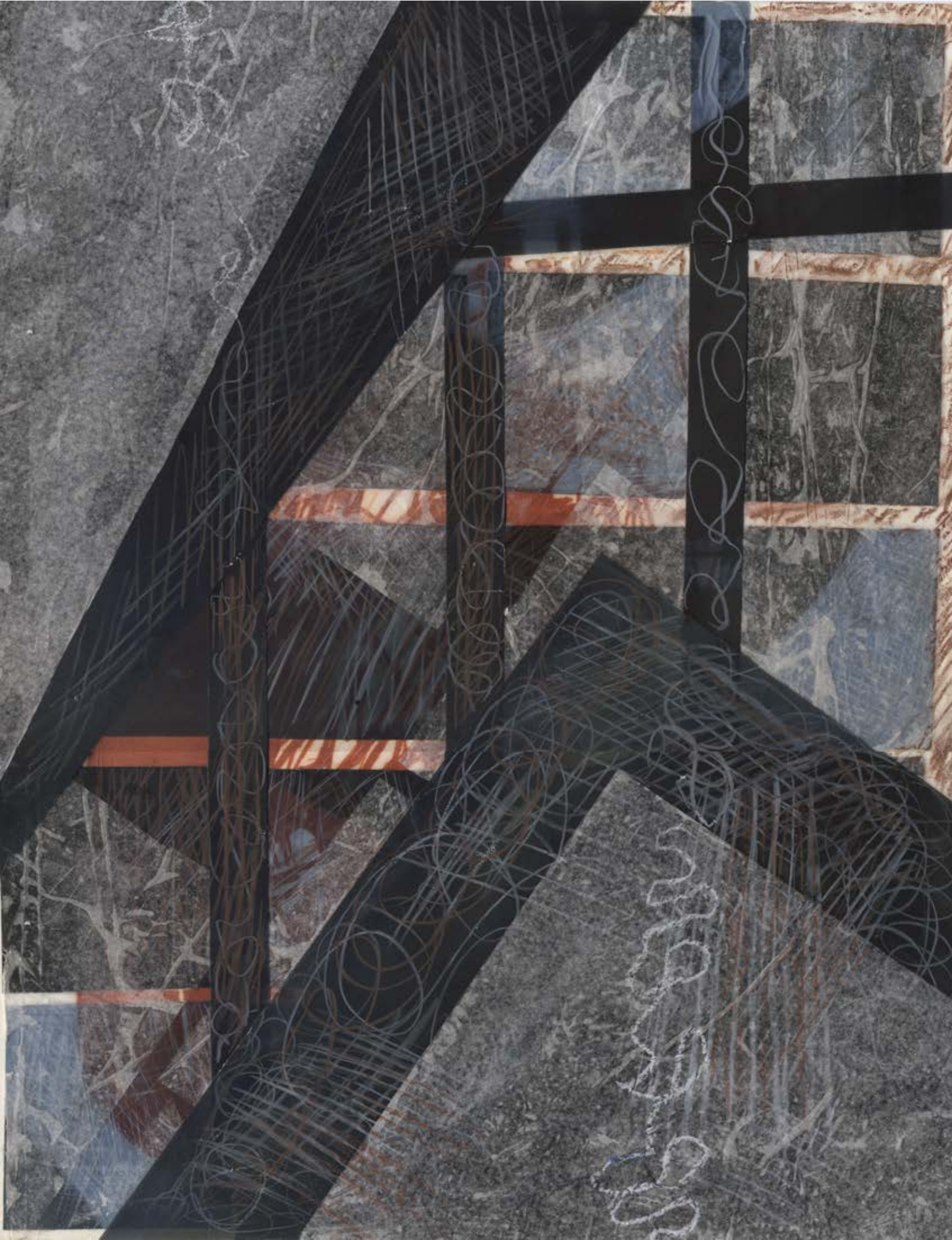
- Resolución del 15/02/2005 mediante la cual se crea la Fundación Televisora de la Asamblea Nacional. http://www.canaldelcongreso.gob.mx/nueva_imagen/seccion.php?id=2

Notas

- 1 RIPOLLÉS, M. *Parlamento y medios de comunicación social*. Pág. 136.
- 2 RIPOLLÉS, M. *Ibidem*. pág. 136
- 3 PEDROZA, S. *Concentración de medios y pluralismo*. Pág. 311.
- 4 HUERTAS, L. *Los canales de televisión parlamentarios*. Págs. 25-44.
- 5 HUERTAS, L. *Ibidem*. Págs. 25-44.
- 6 HUERTAS, L. *Ibidem*. Págs. 25-44.
- 7 Resolución del 15/02/2005 mediante la cual se crea la Fundación Televisora de la Asamblea Nacional.
- 8 Resolución del 15/02/2005 mediante la cual se crea la Fundación Televisora de la Asamblea Nacional (Considerandos).
- 9 Resolución del 15/02/2005 mediante la cual se crea la Fundación Televisora de la Asamblea Nacional.
- 10 Resolución del 15/02/2005 mediante la cual se crea la Fundación Televisora de la Asamblea Nacional (artículo quinto).
- 11 *Ibidem*.
- 12 Resolución del 15/02/2005 mediante la cual se crea la Fundación Televisora de la Asamblea Nacional.
- 13 *Ibidem*.
- 14 http://www.canaldelcongreso.gob.mx/nueva_imagen/seccion.php?id=2
- 15 http://www.canaldelcongreso.gob.mx/nueva_imagen/seccion.php?id=2
- 16 http://www.canaldelcongreso.gob.mx/nueva_imagen/seccion.php?id=2
- 17 http://www.canaldelcongreso.gob.mx/nueva_imagen/seccion.php?id=2

JHENNY RIVAS

Abogado UCV. Doctora por la Universidad de Zaragoza, España. Directora académica del Instituto de Estudios Constitucionales. Docente de postgrado en la UCAB y en la UCV.



HABLEMOS

GALERÍA DE PAPEL BELINDA CELTA / 2016





GALERÍA DE PAPEL BELINDA CELTA / 2016

¿Es posible una nueva política pública de comunicación en Venezuela?

Esta vez la revista invitó a varios especialistas en el tema comunicacional y sus políticas públicas –perspectiva jurídica con la abogada Jhenny Rivas; Carlos Correa con la dimensión de los derechos humanos y la libertad de expresión y Antonio Pasquali que abordó el desfase tecnológico de nuestras comunicaciones– para conversar sobre el desarrollo de las mismas a lo largo de estos diecisiete años de la gestión gubernamental del llamado “proceso bolivariano”. También estuvo presente el diputado Tomás Guanipa Villalobos, presidente de la Comisión del Poder Popular y Medios de Comunicación de la nueva Asamblea Nacional, que abordó el tema de cómo se han venido estructurando las políticas públicas de las comunicaciones actuales y cuáles son las nuevas políticas que hay que desarrollar en esta área. El producto de esa conversación abierta y plural es este nuevo Hablemos.

MARIELA MATOS SMITH

La comunicación tiene diversas definiciones. Para este artículo es importante considerarla desde su acción política. En este sentido, podemos entender lo que implicaría una política pública de comunicación donde se encuentran reunidas la regulación de los espacios publicitarios, la administración de licencias de los medios de comunicación, la definición de propiedad de las empresas e instituciones de comunicación, la responsabilidad y acceso a la información, la gestión de información a la población de un Estado –relacionado a medios comunitarios, públicos y privados–. Dentro de esta perspectiva, quienes velan por estas políticas se encargan de definir deberes y derechos de los Estados dentro del ámbito de la comunicación.

Pensar en esta idea, nos lleva a preguntarnos –en este *Hablemos* que nos ocupa– cómo se construye ese espacio de diálogo, ese accionar

de las políticas públicas de comunicación dentro del contexto en el que vivimos hoy. Las coordenadas que abrieron esta discusión surgieron de la reflexión que el profesor Marcelino Bisbal –director de la revista *Comunicación*, periodista y profesor de la UCAB– planteó al inicio del encuentro.

¿Es nuestro ambiente propicio para hablar sobre políticas públicas de comunicación? ¿Cómo serían unas nuevas políticas públicas de comunicación tomando en cuenta el contexto legal –jurídico–, político, derechos humanos y brecha tecnológica? Esta conversación giró en torno a estas interrogantes tomando en cuenta el actual escenario comunicacional, para dar paso al planteamiento de nuevas políticas públicas de comunicación.

En primer lugar, se contextualizó el ambiente en el que se encuentran las actuales políticas

HABLEMOS

¿Es nuestro ambiente propicio para hablar sobre políticas públicas de comunicación? ¿Cómo serían unas nuevas políticas públicas de comunicación tomando en cuenta el contexto legal –jurídico–, político, derechos humanos y brecha tecnológica?

públicas de comunicación; en este sentido, se enmarcaron los problemas por los cuales atraviesa el país. Esto para dar paso a la pregunta por la posibilidad de contar con unas nuevas políticas públicas de comunicación. En segundo lugar, se tomó la idea de caracterización del contexto actual desde el desarrollo de políticas públicas de comunicación. A saber, contexto legal y jurídico,

contexto político, perspectiva de derechos humanos y la brecha tecnológica. En tercer lugar, estaba la pregunta sobre cuáles son los problemas en el actual escenario comunicacional para formular y accionar una verdadera política pública de comunicación. En cuarto lugar, la pregunta por las estrategias a desarrollar, en materia comunicacional, para que la sociedad civil tome conciencia de la importancia

de contar con unas políticas públicas de comunicación. Por último, la inclusión en la discusión del Minci, de Conatel y el conjunto de medios gubernamentales que deberían ser de servicio público. En este sentido, la pregunta giró en torno a ¿en un eventual cambio de gobierno, o gobierno de transición, qué habría que hacer con las políticas públicas?

La *conversación* se estructuró como una serie de posibilidades que nos llevan a pensar en las políticas públicas de comunicación actuales y en la propuesta de unas nuevas; en el contexto legal, político, comunicacional, tecnológico y de derechos humanos que gira en torno a las políticas de comunicación; en cómo situamos a los distintos medios gubernamentales dentro de este accionar de políticas públicas, entre otros. Para el encuentro fueron invitados distintos expertos en el área de las políticas públicas de comunicación. Ellos dieron paso a la reflexión desde diversos planteamientos, casos y puntos de vista que se integran en una misma preocupación y propuesta práctica. La abogada Jhenny Rivas Alberti, especialista en libertad de expresión, directora académica del Instituto de Estudios Constitucionales de Caracas. Carlos Correa Barros, luchador en pro de los derechos humanos y la libertad de

expresión, quien es profesor investigador de la UCAB y director ejecutivo de la Asociación Civil Espacio Público –no gubernamental, sin fines de lucro, independiente y autónoma–, asociación que promueve y defiende los derechos humanos, el derecho a la información, la libertad de expresión y la responsabilidad social en medios de comunicación social. El diputado a la Asamblea Nacional venezolana Tomás Guanipa Villalobos, presidente de la Comisión del Poder Popular y Medios de Comunicación y secretario general del partido Primero Justicia. El profesor y comunicador Antonio Pasquali Greco, fundador del Ininco, autor de muchos libros de comunicación y una de las personas que más ha pensado acerca de la problemática de los medios públicos en Venezuela y Latinoamérica. Marcelino Bisbal, moderador del foro que nos ocupa, quien ha reflexionado sobre los medios públicos y la libertad de expresión.

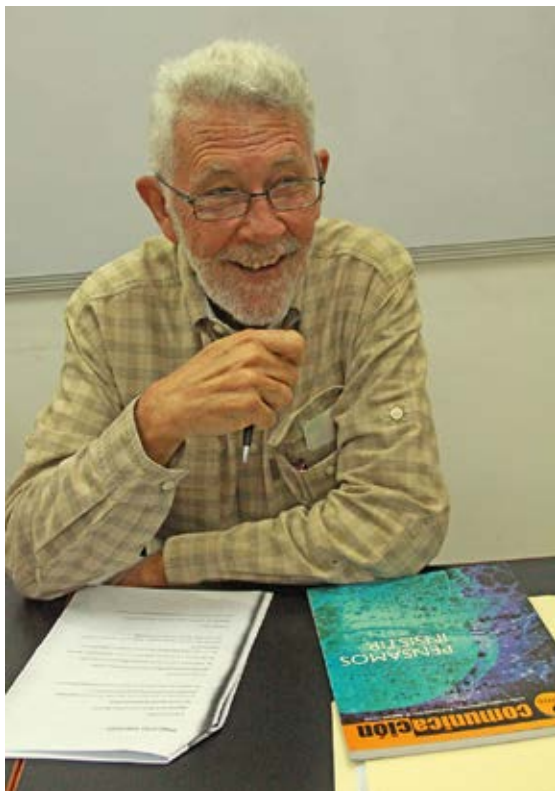
También estuvo presente este día el consejo editorial de la revista *Comunicación* e invitados especiales, entre los que podemos destacar a la profesora Elizabeth Safar Ganahl, el periodista Pablo Antillano, Luis Vezga Godoy –dedicado a la asesoría comunicacional– y el comunicólogo Josué Fernández, entre otros.

MARCELINO BISBAL

Este *Hablemos* de nuestro número 173 hemos decidido dedicarlo a la problemática que gira en torno de las políticas públicas de comunicación. La idea es que cada uno de los invitados y participantes reflexione desde sus experticias, contextos y puntos de vista. Por tanto, quisiera iniciar esta presentación haciendo referencia a una cita del sociólogo chileno José Joaquín Brunner quien explica que: “Existe una conexión profunda entre el sistema político prevaleciente en una sociedad determinada y el régimen comunicativo que aquél en parte condiciona y al cual necesita para subsistir”.

Ahora, me pregunto, ¿a qué viene esa referencia? En la Venezuela actual estamos en presencia de un *nuevo régimen comunicativo*. La comunicación social –léase mejor, información– y los medios por donde ella circula han ganado en estos ya casi diecisiete años un papel estratégico para el poder instaurado desde 1999.

Marcelino Bisbal, miembro de la revista.



La idea casi exclusiva de la comunicación dentro de una economía abierta y competitiva empezó a cambiar desde los inicios del régimen chavista. Pero en el tiempo también empezaría a transformarse las comunicaciones libres, abiertas y plurales. En la denominada “era bolivariana” la subordinación de los medios y sus comunicaciones con respecto a la política, ha venido siendo una constante impuesta desde la cúspide del poder. Hoy, el debate político para el mundo oficialista se juega en y desde los medios; de ahí que el Gobierno haya querido imponer lo que denominamos un *nuevo régimen comunicativo*.

Este nuevo modelo de estructura comunicacional ha intentado, con éxito, la ruptura, la re-orientación y re-organización del régimen comunicativo anterior. Especialmente de los llamados medios públicos y los medios comunitarios y/o alternativos, nunca tan gubernamentalizados y partidizados como en el presente. Esto con la única función de asegurar un orden fundado en controles oficiales para inducir en la sociedad la idea de que *el hombre nuevo está naciendo* y, al mismo tiempo, llevándose por el medio la memoria del pasado político, la historia del país, su cultura, su identidad y hasta las actitudes de tolerancia y pluralismo.

El tiempo ha transcurrido y en estos años, hasta el presente, las comunicaciones y las políticas públicas impuestas para ellas han sido de mayor control y regulación, de creación de mecanismos jurídicos que han significado intimidación y autocensura, de diseño de una amplísima plataforma mediática de carácter hegemónico y del establecimiento de una narrativa y arquitectura simbólica que ha logrado convencer a una parte del país. En definitiva, la operación que se puso en marcha desde los sucesos de 2002 se conecta con la idea expuesta en el Brasil de 1934, plena dictadura de Getúlio Vargas, cuando un grupo de intelectuales cobijados en el gobierno le dijeron a este que “los medios de comunicación no deben pensarse como simples medios de diversión, sino como armas políticas sometidas al control de la razón del Estado”.

Lo que ha venido ocurriendo en el tiempo es la pérdida de un periodismo crítico, plural e independiente; las restricciones a la libertad de comunicación y de información; el escandaloso secuestro de la radio y televisión públicas; el asalto a Conatel para convertirlo en una entidad más política que técnica; la creación de leyes que controlan contenidos incómodos para el Gobierno; la discriminación publicitaria hacia los medios que son críticos; el caso de RCTV; la concepción de las telecomunicaciones para la construcción de una sociedad socialista; el intento sostenido de querer imponer un modelo cultural distinto de corte personalista, autoritario y militarista; la captación política de los medios comunitarios; el ataque y las agresiones físicas contra los profesionales del periodismo; la intimidación, el hostigamiento judicial, las restricciones administrativas y las detenciones arbitrarias de periodistas; el uso de información para desprestigiar de medios y periodistas, y mucho más.

Lo que hemos llamado *autoritarismo comunicacional* se refiere a un Gobierno que esquizofrénicamente profesa una idea del poder como valor absoluto. Y que, a su vez, alienta acciones y

MARCELINO BISBAL
Este nuevo modelo de estructura comunicacional ha intentado, con éxito, la ruptura, la re-orientación y re-organización del régimen comunicativo anterior. Especialmente de los llamados medios públicos y los medios comunitarios y/o alternativos, nunca tan gubernamentalizados y partidizados como en el presente.

HABLEMOS

JHENNY RIVAS ALBERTI
La Ley de Responsabilidad
de Radio y Televisión
lamentablemente tenía esa
finalidad; iba a dirigir y lograr
el control de los contenidos
pero bajo una amenaza. No
con la finalidad de crear unos
mejores contenidos, sino con
la amenaza de “si hablas mal
de mí, te aplicaré sanciones
previstas ahí”.

procesos en diversos ámbitos de la vida que van en una dirección muy distinta a la de considerar a la libertad de comunicación, a la libertad de expresión y a la libertad de pensamiento como piezas fundamentales de la democracia.

Ahora, para empezar esta conversación mencionaré algunas ideas organizadas en temáticas generales que podemos tratar sin estar cerradas a ser las únicas. Si consideramos que el cúmulo de problemas por los cuales atraviesa actualmente el país es tan numeroso, esto nos permite preguntarnos sobre el ambiente-contexto: ¿Es este propicio para hablar de políticas públicas de comunicación?, ¿podríamos hablar de la construcción de unas nuevas políticas públicas de comunicación?, ¿cómo serían, de ser posibles?

Si tomamos en cuenta la construcción del contexto actual para el desarrollo de las políticas públicas de comunicación, cómo sería esta construcción desde el contexto legal, jurídico que maneja la abogada Jhenny Rivas Alberti; del contexto político que trabaja el diputado Tomás Guanipa Villalobos; las perspectivas de los derechos humanos conocidas por el profesor Carlos Correa Barros y desde el desfase tecnológico (o brecha tecnológica) que ha revisado el profesor Antonio Pasqualí Greco.

En este sentido, después de la contextualización ¿cuáles son los problemas en el escenario actual de la comunicación para poder formular y aplicar una verdadera política pública de comunicación?, ¿qué estrategias habría que desarrollar, en materia comunicacional, para que la llamada ciudadanía –sociedad civil– tome conciencia de la importancia de contar con políticas públicas de comunicación?

Y por último, debemos mencionar y abordar el tema importantísimo de Conatel, del Minci y de todo el conjunto de medios gubernamentales que deberían ser de servicio público. Así las cosas, ¿cómo habría que contemplarlos desde el sentido de unas políticas públicas de comunicación en un nuevo gobierno, aun en un gobierno de transición? En estos días me tocó asistir como moderador a

un foro sobre el tema económico. Estaban invitados Ronald Balza Guanipa, quien se encargó de hablar sobre su visión de la economía y de cómo está la economía del país; y Humberto García Larralde, presidente de la Academia Nacional de Ciencias Económicas de Venezuela. Los dos coincidían en el conjunto de medidas que se deberían tomar. El público les preguntó si era factible tomarlas, a lo que unánimemente respondieron que sí. Ahora, ¿es posible, en este sentido, generar nuevas leyes en el ámbito comunicacional?, ¿cómo podría hacerse?, ¿qué cambio tendría que buscarse en este sentido? Estos son nuestros temas generales, podemos desviarnos hacia cualquier lado, podemos incorporar lo que consideren pertinente tratar. Como ya debemos comenzar, les doy a todos la bienvenida y le pediré a la abogada Jhenny Rivas Alberti que abra el foro reflexionando desde su experticia y trayectoria.

JHENNY RIVAS ALBERTI

Hay muchas preguntas importantes mencionadas por el profesor Bisbal. Dos palabras que pueden ayudar a responderlas, como hilo conductor, en materia de comunicación referida a las políticas públicas de comunicación deberían ser el pluralismo informativo. Este pertenece a una de las nociones más distanciadas de lo que tenemos actualmente. Pero que debe servirnos de guía hacia lo que debe ser el futuro de esas políticas de comunicación.

En la actualidad, nosotros tenemos un marco jurídico que ha estado muy bien pensado, en el sentido del objetivo que quería conseguirse con ese marco jurídico. Cuando vemos la evolución de esa legislación que directamente se relaciona con la materia de comunicación, de la libertad de expresión y del derecho a la información nos encontramos un objetivo. Este es el control de la actividad comunicacional por parte del Estado; la eliminación, en la medida de lo posible, de un mensaje diferente a lo que quiere decir el Estado y quienes en este momento tienen el poder y lo han tenido durante mucho tiempo. Cuando vemos esa evolución encontramos el primer hito en la Constitución de 1999, en los artículos 57 y 58. En realidad, bajo un legislador que los interpretara con misión protectora de derechos fundamentales



Antonio Pascuali,
Carlos Correa, Jhenny
Rivas, Tomás Guanipa
y Marcelino Bisbal.

no tendría por qué habernos generado mayores inconvenientes; más allá de algunas precisiones que hay en la redacción de los artículos, podría habernos ayudado a una visión protectora de la libertad de expresión y del derecho a la información.

De las primeras leyes que se aprueban bajo la vigencia de la Constitución del 99 tenemos a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Era importante aprobarla porque veníamos de una legislación que se encontraba desfasada en la evolución tecnológica y es la típica legislación que normalmente requiere de una revisión con cierta frecuencia. Esa legislación, que había sido petición de muchos sectores, marca un hito importante en ese proceso de control de la información ya que el sistema que desarrolla en materia de concesiones, del tratamiento hacia los particulares que quieren intervenir en esa actividad, nos dice mucho sobre lo que se quería. El dejar tanta discrecionalidad en un órgano administrativo, en donde no se establecen unos parámetros de actuación claros que le permitan al particular, con cierta estabilidad, conocer cómo deberían ser las decisiones de ese ente administrativo. Realmente esto ha sido uno de los pilares que ha permitido al órgano administrativo, a la administración pública y al Estado que se tenga control importante sobre esa actividad.

Es la Ley Orgánica de Telecomunicaciones la que mantiene una disposición que nos ha afectado a nosotros directamente. Esta se refiere a las alocuciones oficiales; nos dice que existirá una ley que regule el tema de las alocuciones oficiales, mejor conocidas como *las cadenas*. Precisamente, era la oportunidad, en el momento en el que sale esa

Ley Orgánica de Telecomunicaciones de fijar unos parámetros más claros en relación a esas alocuciones oficiales. Luego se aprueba la Ley de Responsabilidad en Radio y Televisión y ni remotamente se nos mencionó el tema de *las cadenas*. En el caso colombiano ha habido un debate que gira en torno a la pregunta: ¿En qué momento y bajo qué supuesto, qué circunstancias justifican que todos los medios de comunicación, al mismo tiempo, transmitan un mismo mensaje? Es decir, debe existir una situación excepcional que justifique la existencia de un mismo mensaje que sea transmitido a los ciudadanos al mismo tiempo.

Esa disposición quedó en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones tal y como había sido manejada durante mucho tiempo, completamente discrecional y abierta. Alocuciones oficiales, prácticamente durante cualquier circunstancia y sin ninguna discrecionalidad son transmitidas. Esas cosas, que a lo mejor no parecían tener en ese momento una gran importancia, o no se destacaron mucho, han tenido grandes consecuencias en todos estos años, porque a veces se le ha restado importancia o porque no todos tienen la conciencia de qué tan importante es que el presidente de la República aparezca todos los días en televisión con un mismo mensaje. Y es muy importante porque es parte de un proceso. Pensemos ¿qué tan importante es que los sectores de la oposición no tengan una cobertura en los medios de comunicación públicos?, o el que los demás puedan participar. Eso anula el debate, nos da una sola visión de la problemática, de los temas que se estén discutiendo en la actualidad. Y esto tiene graves consecuencias. Esa legislación es aprobada una vez que entra en vigencia

HABLEMOS

JHENNY RIVAS ALBERTI
El primer paso esencial que
debemos tomar en cuenta en la
reforma –a partir de lo expresado
anteriormente– es la Ley de
Telecomunicaciones, porque
hay que quitarle a los medios de
comunicación social la amenaza
permanente con respecto al caso
de las concesiones.

la Constitución de 1999 y el tema de las telecomunicaciones ha generado grandes debates en el presente.

En el año 2003-2004 vino la Ley de Responsabilidad en Radio y Televisión, otro de los pilares que ha tratado de sostener el aparato comunicacional del Estado. A la pregunta sobre si es necesaria una ley que regule los contenidos de

radio y televisión, hay diversas posiciones desde el punto de vista doctrinario. Se presenta el debate sobre la autorregulación: ¿cómo manejarla con los medios de comunicación social?, ¿qué otras opciones tenemos que no sea una imposición estatal?, ¿se refiere a establecer restricciones a la libertad de expresión y al derecho a la información? El problema no está en solo establecer esas restricciones a la Ley, sino en la finalidad que

tiene esa restricción; lo está en la justificación que tiene y en la proporción que tenga. Es decir, puede haber restricción en la libertad de expresión y en el derecho a la información pero deben someterse a exigencias y a requisitos importantes que se deben respetar. De lo contrario se iría al extremo, lo que no tiene por finalidad proteger el ámbito jurídico, sino que busca restringir y limitar para censurar y lograr un solo mensaje y contenido. La Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión lamentablemente tenía esa finalidad; iba a dirigir y lograr el control de los contenidos pero bajo una amenaza. No con la finalidad de crear unos mejores contenidos, sino con la amenaza de “si hablas mal de mí, te aplicaré sanciones previstas ahí”. Al igual que la Ley Orgánica, presenta un amplio margen de discrecionalidad en manos de un órgano administrativo cuyas principales dificultades son la forma en la cual está compuesto y la manera en cómo se elige a sus miembros.

Luego de estas dos leyes, tenemos a un órgano conocido bajo el nombre de Conatel que se ha encargado de desarrollar esa implicación en ese mismo sentido, a través de su potestad normativa en normas técnicas del reglamento. Eso crea un problema que toca al ciudadano aunque no se dé

cuenta. Al sacar un canal de televisión de ámbito nacional, todas las consecuencias que trae de esa legislación son directas. Detrás de todo esto hay un proceso importante que viene a ser el proceso de formación de la opinión pública. Solo si nosotros esperamos que exista un pluralismo informativo; que exista debate; que puedan presentarse diversas opiniones en temas políticos, sociales, económicos, culturales, religiosos; que se generen variadas posibilidades y aristas; solo si se garantiza esto en los medios de comunicación social, el proceso de formación de la opinión pública estará nutrido por el pluralismo, que es fundamental.

El proceso de formación de la opinión pública es lo que permite a las personas tomar decisiones, fijar posiciones –al emitir el voto, al participar en un referéndum, al presentar un proyecto de ley como iniciativa popular, al reclamar– que necesitan de la información y conocimiento de las características de situaciones que se tratarán y esto se garantiza con el pluralismo informativo, con el debate que tiene como principal medio y carácter colectivo a los medios de comunicación social. Proceso que además está protegido constitucionalmente cuando se nos dice que “la comunicación es libre y plural”. La propuesta de hoy en día, a pesar de todas las dificultades con las que se enfrenta, es que tenemos a una Asamblea Nacional como el centro de debate más importante que hay en el país. Con esta posibilidad abierta pueden plantearse cambios en materia de lo que estamos conversando en este lugar.

El primer paso esencial que debemos tomar en cuenta en la reforma –a partir de lo expresado anteriormente– es la Ley de Telecomunicaciones, porque hay que quitarle a los medios de comunicación social la amenaza permanente con respecto al caso de las concesiones. En este sentido es importante mencionar que hoy en día la noción de que el espectro radioeléctrico es un medio escaso, sometido a muchas restricciones, está más que superada. A pesar de que nosotros no hemos entrado en la tecnología que se nos ofrece en el presente, los medios tecnológicos y sus ofrecimientos, hacen que la escasez del espectro radioeléctrico sea cada vez menos importante. Es cierto que hace falta un orden en materia de las concesiones, de los títulos y habilitaciones. Pero debe existir una previa estricta que limite al

mínimo la discrecionalidad del ente administrativo rector encargado. Algo que se puede lograr con la Ley de Telecomunicaciones.

El segundo elemento esencial es la conformación de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. El pluralismo tiene como una de sus manifestaciones al “pluralismo interno”. Referido a la forma como deben organizarse los medios públicos de televisión, sobre todo en cuanto a sus directivas –a sus órganos de dirección–; asimismo, en cuanto a sus procedimientos. Este pluralismo informativo permea hacia los órganos reguladores y su conformación. Lo que quiere decir que se tengan muchos medios, que se transmitan diversas opiniones a través de los medios, a que podamos garantizar pluralismo en la conformación de los órganos regulatorios, de la dirección de estos y de los medios de comunicación públicos. Para ese directorio tiene que existir un reglamento que sea transparente, público y plural, donde intervenga el Parlamento –quien puede en principio garantizar un mayor equilibrio en la conformación de los órganos–. En el caso de Argentina, dictan su Ley de Comunicación y crean para ello la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afscsa). Lo que representa un patrón de control de comunicación que ha sido repetido en otros países de Latinoamérica. Cuando Mauricio Macri asume el cargo de Presidente de la nación Argentina, una de las primeras medidas que toma es suspender de sus cargos a los directores de Afscsa. Un juez interviene y le explica que no puede suspenderlos porque cumplieron legalmente el procedimiento y deben prolongar el cargo a pesar de pertenecer a otra tendencia y de que esto implique complicaciones en el ámbito comunicacional, en el cómo se manejarán. El punto está en que aunque no estemos de acuerdo, tiene tal estabilidad la conformación del directorio que el Presidente no pudo modificarlo. Y esto es interesante para la conformación de los órganos regulatorios, puesto que tiene que existir pluralismo. El que participen las academias, las universidades, la sociedad en esa conformación es importante. Pareciera que la Ley tuviera la intención de ser plural, pero no lo es.

Finalmente, ese pluralismo informativo debe nutrir a los órganos directivos y a los procedi-

mientos de la organización de los medios de comunicación social de carácter público. Me gustaría ejemplificar con un caso de Derecho Comparado. En el caso de la *Televisión Española*, los órganos de dirección y los administrativos son seleccionados por el Parlamento y deben estar en una composición similar a la que



sea propia del Parlamento en ese momento. Esto garantiza el pluralismo, ya que no solo estaría representada una fuerza política en el directorio de esos medios de comunicación social públicos, a diferencia de los procedimientos que se llevan a cabo en nuestro país.

Además de pensar en una modificación de la Ley de Telecomunicaciones y de la Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión, hay un proyecto que debe aprobarse que es el de la Ley sobre Medios Públicos. Esta propuesta busca que sirva de regulación de la organización y de la actuación en los medios públicos. De manera tal que garantice la participación, el pluralismo y la transparencia en esos medios. Existen regulaciones dirigidas y pensadas hacia lo privado, pero en lo público no hay prácticamente nada. La experiencia nos dice que la Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión aunque debe aplicarse tanto a públicos como a privados, solo se ha aplicado a los privados con la mentalidad restrictiva de la que hemos hablado.

Por tanto, una propuesta adicional es el proyecto de Ley sobre Medios Públicos que garantice el pluralismo informativo y el llamado “pluralismo

Público asistente al conversatorio realizado por la revista *Comunicación*.

Público presente en el conversatorio.



externo” –se encarga de las concesiones, de los títulos y busca que exista todo cuanto sea posible en número de medios de comunicación social–. La idea es que al garantizar ambos pluralismos (interno y externo) se dé el producto de un procedimiento también plural, público y transparente; que exista control sobre quién adquiere el medio de comunicación social, que pueda existir el conocimiento de cualquier origen, de las características, de qué se pretende con la adquisición del medio de comunicación social, entre otras. Teniendo como idea fundamental que el pluralismo informativo debe nutrir a todos los procesos de cambio que se lleven a cabo en esta materia de comunicación. Sobre todo para proteger ese proceso de formación de la opinión pública que es lo que, en definitiva, le permite a los ciudadanos tomar y fijar posiciones, tener iniciativa en la sociedad, ya que un único mensaje no permite garantizar ese proceso de formación de la opinión pública tal y como está concebida en la Constitución: “Una comunicación libre y plural”.

CARLOS CORREA BARROS

Para continuar con la intervención, quería señalar algunos elementos que Marcelino Bisbal mencionaba en el balance de lo que es una política de Estado. Es decir, hay la concurrencia de las distintas actividades del Estado en función de definir un panorama o una esfera de ejercicio del derecho de la libertad de expresión. La primera fase fue la descalificación pública, personal, en la lógica de la construcción de un “enemigo”, que daba legitimidad política para cualquier tipo de atropello. Esto es algo que permanece en el tiempo porque la dinámica política en la que estamos necesita al enemigo, no

al adversario. Al enemigo, como escuchaba hace unos días en una radio comunitaria “ni agua”, decían en la dinámica de lo que se estaba planteando en ese momento sobre el país. Lo que trae como consecuencia a la violencia verbal. Las palabras no son inconsecuentes, tienen impacto. Tenemos un universo de periodistas y de personas que han sufrido la violencia de diversos tipos y naturaleza. En algunos casos, la violencia está asociada a grupos que se identifican con un sector y agreden al otro sector –en la mayoría de los casos, las víctimas son de oposición o de periodismo independiente–. Todo esto aderezado con la más absoluta impunidad, donde tenemos un Estado que actúa con dos manos: muy rápido para unas causas, muy lento para otras y en algunas sencillamente no actúa.

Después de lo mencionado anteriormente, tenemos la construcción de un aparato legal que, de alguna manera, adorna a esa violencia verbal con una dinámica de violencia institucionalizada. Es decir, el ejercicio del Poder Judicial se da para institucionalizar la violencia por aquel que piensa distinto. Por tanto, esa reforma de la primera Ley Orgánica de Telecomunicaciones que se hizo en el contexto del Congresillo, tenía la capacidad de incidir y de hacer propuestas. Otra cosa es que no tomaran del todo lo que se debatió. En la siguiente reforma no fue así, y sin embargo, aumentó la arbitrariedad de discrecionalidad en un acto de abuso de poder. En este contexto, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y la Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión fueron elementos importantes. Para ese momento se incorporaban los medios electrónicos, donde había una posibilidad de entender todo como “delito”; y quien

sanciona es una persona interesada en señalar a quien piensa distinto.

Haciendo una revisión de la aplicación de la Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión podemos decir que se le ha aplicado sanción a medios independientes, a medios críticos; donde otra característica del discurso y del aparato gubernamental ha sido una construcción que utiliza las banderas, o los elementos de trabajo de personas asociadas al desarrollo progresivo de la comunicación –la democratización de la comunicación, la protección del niño, niña y adolescente–. Es decir, se utilizaban argumentaciones donde podías estar total o parcialmente de acuerdo para así construir una política que buscaba dismantelar el contenido constitucional y la posibilidad de expresión por parte de la diversidad. Existía entonces una dinámica y, posteriormente, una aplicación de esas leyes. Nosotros evaluamos en el 2006 y 2009 la reforma del Código Penal y desde el ámbito que manejamos tiene en Venezuela otras implicaciones; donde los procesos judiciales son una ficción. No hay una verdad asociada a la jurisdicción.

Desde la perspectiva que manejamos encontramos que ampliaron los tipos penales con la figura “pre-moderna” del vilipendio, que en otros países se conoce como “desacato”. Me refiero a ella como “pre-moderna” porque estaba antes de la Revolución Francesa. Lo que hicieron fue aumentar el número de funcionarios, incrementar las penas por expresarte en relación al ejercicio de los funcionarios. Es decir, el derecho a hablar mal de gobernantes –propio y legítimo de la democracia– fue condenado. Esto se le aplicó a una gran cantidad de personas; el año pasado se utilizó ese Código Penal para perseguir a Teodoro Petkoff por reproducir en un artículo una investigación al antiguo presidente de la Asamblea Nacional; lo publicaron catorce medios pero solo lo aplicaron a tres, incluyendo a *El Nacional* y a *La Patilla*. Para eso utilizan el Código Penal, la Ley de Telecomunicaciones, la ley resorte, entre otras. Quizás las características que tienen todas estas es que las lógicas de interpretación están monopolizadas por unas instituciones que no son independientes.

Considero que hay que decir que algunas cosas que existían en relación al control de concentra-

ción y monopolio se dismantelaron. Por ejemplo, en Venezuela, la Ley de Radio y Televisión decía que “nadie puede ser el propietario de más del 10 % de la frecuencia de cada una de las ramas, de AM y FM”. Eso estaba en una regulación de los años 80. En Venezuela no sabemos cuántas emisoras están en manos de quién porque se han vendido distintas emisoras en estos procesos. Se estableció una disposición en las inversiones extranjeras que dice “ningún extranjero puede ser propietario de un medio de comunicación venezolano”. Lo que quiere decir que usted puede invertir en lo que sea menos en medios de comunicación. El diario *El Universal* es una empresa que está basada en España y tiene a su vez sus acciones en una empresa que está en Panamá y los trabajadores no saben para quién trabajan. Esas cosas están pasando porque hay normas que no se cumplen; pero el problema no es solo de norma, sino del músculo para que esas normas se cumplan.

Como consecuencia tenemos una política de Estado que ha construido el miedo, el temor, la intimidación. Por supuesto, hay menos pluralismo y menos diversidad. Existe una suerte de monólogo donde lo que se escapa es lo que tiene audiencia y mayor impacto. Hay menos debate, menos propuestas sobre los problemas del país y menos calidad puesto que las discusiones están impuestas por el Ejecutivo en *las cadenas* oficiales y las distracciones que se generan. Los temas sustantivos del país no los estamos discutiendo; la calidad de la educación no se está debatiendo. Tampoco se habla de las consecuencias de la crisis, de la inflación, sino del ajuste de los precios como lógica de un eufemismo que está presente en las consecuencias de muchas de estas políticas.

Respondiendo al planteamiento de Marcelino Bisbal, debemos tender a preguntarnos ¿sobre qué estamos parados? Una respuesta que he encontrado es que estamos parados ante el desafío de una generación. Necesitamos una generación para transformar todo lo que no hemos hecho bien; debemos entender que tenemos que hacer

CARLOS CORREA
 (...) estamos parados ante el desafío de una generación. Necesitamos una generación para transformar todo lo que no hemos hecho bien; debemos entender que tenemos que hacer cosas hoy en día para resultados que no vamos a ver, que son a futuro.

HABLEMOS

cosas hoy en día para resultados que no vamos a ver, que son a futuro. Hay gente que al escuchar esto se asusta, pero si no tenemos esa visión, si no somos capaces de hacer algo hoy por un país mejor dentro de veinte años vamos a seguir en la lógica del operativo y de la dinámica inmediata.

Esa que hace pensar que “como mañana van a subir la gasolina, me meto en una cola para ahorrarme doscientos bolívares”. Es un problema cultural, no solo de aparato legislativo. Tiene que ver con la construcción de país, de ciudadanía, de músculo en la sociedad que avanza en una reflexión. Para que esto tenga trascendencia debe estar propuesto desde una visión estratégica, lo que nos lleva a una mirada de país a futuro. Lo primero que debemos hacer es, desde la Asamblea, dismantlar los aparatos que permiten la construcción del miedo. Esto nos lleva a eliminar la discrecionalidad, la arbitrariedad y la frecuencia que causan ese terror, teniendo en

cuenta la visión histórica de largo plazo, porque si no, haremos una cosa hoy que tendremos que deshacer después. No estoy diciendo que tenga algo de malo el deshacer las cosas, pero es más importante hacerlas desde una determinada visión reflexionada y que tome en cuenta el largo plazo.

Para lograr esto hay que desarrollar una política legislativa que puede accionarse ahora y que es de gran impacto. Por ejemplo, el hecho de que los periodistas hayan accedido a la Asamblea Nacional tiene un enorme impacto en los periodistas de a pie. Tomás Guanipa estuvo en un encuentro con periodistas y era emocionante cómo la gente comentaba que “volvían a aprender desde la deliberación”. Eso ha hecho que la Asamblea sea el eje informativo de este tiempo y es un gesto importante que apuntala en el horizonte de lo que hay que hacer. A veces los pronunciamientos son útiles para premiar y defender a los periodistas como elemento sustantivo. Muchos se preguntan ¿qué importancia o valor tiene esto para los periodistas, para la

formación y defensa de los derechos humanos? Tiene un efecto reparador, porque las víctimas sienten que son escuchadas y que va a haber una sentencia de un juez independiente que tomará la decisión sobre la base de los argumentos que se están discutiendo. Hasta ahora hemos estado en contención, tratar de proteger, de denunciar agresiones, de articular fuerzas para protegerse frente a la agresión. Debemos aprender a mantener la contención frente a los problemas que tenemos, pero necesitamos propuestas que reviertan y que construyan una política pública contra estos elementos estructurales.

Eso está pasando ahora en la Asamblea. Gente que no tenía ningún espacio para plantear sus problemas ahora tiene un lugar donde la autoridad los escucha. A veces hay limitaciones en el quehacer, pero la posibilidad de construcción de propuestas es algo importante como efecto. Las agendas, más o menos, ya están en la mesa. Hay que dismantlar lo inmediato, que sería el Código Penal, la Ley de Telecomunicaciones y la Ley de Responsabilidad de Radio y Televisión para tratar de apuntalar la dinámica del espectro. Es importante que no haya argumentos jurídicos, o al menos dismantlar los que se hayan utilizado de mala manera. Y que la ley resorte reduzca ese carácter arbitrario, discrecional. Para eso se debe decidir quién es el directorio de responsabilidad social o quién administra el espectro. Después, hay hacia futuro unas dinámicas que se deben construir –y que no son tarea fácil– como lo es la administración del espectro radioeléctrico, ya que hay intereses distintos; por ejemplo, el de las empresas que quieren una renovación automática, asumiendo que la frecuencia es propiedad de a quien se la dieron la primera vez. El criterio no puede ser este, ni la arbitrariedad. Tiene que haber una certeza de quién tiene la frecuencia y que la tenga por un tiempo. Esas cosas hay que debatirlas con entereza y con una visión estratégica de la comunicación.

Otros temas que tienen que ver con las posibilidades de nuevos medios tiene como principal problema ¿quién va a financiar al periodismo?, ¿cómo se va a financiar el periodismo? Estas preguntas son parte de nuestros debates. En otros países se debate acerca de ¿cómo se distribuye la publicidad gubernamental?; es decir, ¿de

CARLOS CORREA
¿cuáles serán los deberes del Estado asociados a los estándares de reputación de terceros?, ¿a cuenta de qué cierta gente utiliza los servicios de inteligencia para espionaje o vigilancia a políticos, defensores de derechos humanos en una lógica de descalificación pública, sin derecho a réplica, o sin poder defenderse frente al atropello?

qué manera se distribuye esa publicidad gubernamental?, ¿lo distribuye cada quien como le parece?, ¿hay que construir unos criterios? Esto, a lo mejor, no es tema de hoy en día pero hay que tomarlo en cuenta puesto que tiene un peso importante en el funcionamiento del periodismo. Pero nosotros no estamos dentro de este debate.

En el tema de los medios públicos, Venezuela hizo aportes en este sentido. En estos momentos hay debates, ensayos y revisiones en América Latina sobre esta materia. Aquí se propuso mucho a mediados de los años setenta y en los ochenta, ahora se revitalizan para apostar con estándares y aprendizajes sobre lo que debe construirse. Se debe apostar al espectro y a la comunicación que no son solo patrimonio de los medios privados, más bien debe existir un servicio público universal con estándares que permitan fortalecer al fondo para que sea una dinámica proactiva. Los fondos públicos pueden ayudar mucho a premiar la buena práctica. Creo que tenemos la posibilidad de la lógica de los nuevos medios, que pasa por el acceso universal de calidad de Internet definido con plazos absolutos. Ese acceso pasa por mejorar la velocidad de nuestra “banda ancha” para poder desarrollar tele-medicina, educación, entre otras. Esto tiene que ser política de Estado o si no, no se logra.

Otro tema que debemos trabajar es el de la reputación, ¿cuáles serán los deberes del Estado asociados a los estándares de reputación de terceros?, ¿a cuenta de qué cierta gente utiliza los servicios de inteligencia para espionaje o vigilancia a políticos, defensores de derechos humanos en una lógica de descalificación pública, sin derecho a réplica, o sin poder defenderse frente al atropello?

La privacidad debe discutirse y es importante, el tema del acceso público a sistemas de datos abiertos. Un debate que tampoco podemos dejar de lado es el derecho a réplica que es fundamental; hay que definir cómo se aplica el tema de la privacidad. De esto no se habla por la “frustrada reforma constitucional” y debemos vencerlo. Aunque son tareas de mediano plazo, hay que tenerlas en cuenta o en agenda, en función de esa visión porque si no, podemos estar haciendo cosas que no estén orientadas a esa dinámica.



Antonio Pascuali
y Carlos Correa.

Considero que tenemos que trabajar, relacionado a lo político también, la libertad para construir las relaciones y los enormes desafíos que tenemos en el país; el que tengamos una libertad limitada, con una dinámica de temor se convierte en un riesgo para que podamos construir las soluciones adecuadas a esos desafíos. Por eso trabajar en vencer ese temor, el que no podamos utilizar determinadas palabras porque están “secuestradas” y debemos re-semantizarlas para crear un nuevo modelo comunicativo que genere una nueva sociedad. Hay que liberar y debatir no solo en la Asamblea, sino también nosotros como sociedad. Entre otras cosas se debe hablar sobre la lógica de la institucionalidad democrática liberal –en el sentido de que no tenemos en Venezuela división de poderes–. No se entiende la importancia del Parlamento como mecanismo de solución. En este sentido, sin subestimar a los medios –algo que ha hecho el poder– debemos pensar la comunicación, ya que hacerlo es pensar un modelo social. Hay una relación estrecha entre comunicación y sociedad, y debemos pensar las dos cosas.

ANTONIO PASQUALI GRECO

Me voy a tomar unos segundos para reforzar un preámbulo teórico. Marcelino Bisbal nos recordaba palabras de un sociólogo chileno, el cual tímidamente informa que hay una relación entre comunicarse y estar en sociedad. Hay que quitarle ese “tímidamente” y entender que esa es la piedra fundacional de todo lo que estamos pensando y haciendo. No es la polis la que crea un modelo de comunicación, es la comunicación la que crea sociedad. Entes incomunicados no pueden formar estructura social. Eso lo dijo por primera vez Demócrito en el siglo V antes de

HABLEMOS

Cristo. Y hoy lo ratifica la antropología cultural y todas las ciencias modernas. El hombre comienza a convertirse en un ente social, en un animal político, desde el momento en el que hace uso de un lenguaje para comunicarse con su semejante.

Me toca hablar sobre el capítulo de las TIC, de las nuevas tecnologías, de la electrónica. Es uno de los capítulos más eminentes dentro de

un cuadro general de retraso tecnológico, que yo considero gravísimo. En algunos casos nos tomará decenios recuperar estos diecisiete años perdidos; somos un país contaminador, mega-diverso tecnológicamente que no dispone ni de un metro cuadrado de fotón XX, un proyecto eólico portugués —en el estado Falcón— abandonado que nos deja un país convertido en bazar. Chávez era un dictador rústico que imaginaba que si dejaba de comprarle tractores a Caterpillar, se derrumbaría el imperio norteamericano. Por eso

empezó a comprar en Bielorrusia y en Irán; cable de teleférico a Holanda; computadoras a Portugal. Y llegó a lo que considero el acto supremo y el más surrealista de comprarle trece aviones a Austria. Yo pienso que los propios austríacos ignoran que en ese pequeño país se producen aviones.

Me gustaría introducir aquí un recuerdo personal. Chávez quiso re-editar una gran operación socio-cultural fallida que se llamó, en el ámbito de las Naciones Unidas, TCDC: Technical Assistance Between Developing Countries (Asistencia técnica entre países en desarrollo). Básicamente se trataba de “no comprarle a Estados Unidos, cómprale a Bielorrusia”. Yo fui enviado dos veces desde la Unesco a conversar con un señor sueco en Nueva York, en el palacio de la ONU, que manejaba el proyecto TCDC. El proyecto no vivió ni dos años, murió porque yo como funcionario de Unesco recibía un regalo del gobierno Húngaro: recibía multígrafos (recordarán los multígrafos). Pero como los pobres son pobres y no pendejos, yo recibía desde África la llamada de un ministro que me decía “¿no me

podrá mandar una Stendhal alemana?”. Y ahí murió la TCDC. Ese fue otro invento fallido, extemporáneo, de un autócrata.

En el sector pariente de comunicaciones, que antiguamente estaban emparentados “transporte” y “comunicaciones”, ya vemos que el país está cercano al colapso. No recibimos barcos de turistas, sabemos cuál es la situación terrible de la aviación comercial, el Estado está en *default* de años en el pago en dólares a las compañías aéreas. Uno de los errores más grandes del chavismo fue no resucitar a Viasa, e inventar como alternativa a Conviaa. No voy a entrar en detalles sobre el transporte terrestre, pero todos sabemos de los muertos semanales en autobuses que se vuelcan y el estado de las carreteras. Me han dicho que el transporte ferroviario de alta velocidad tiene una deuda de doce millares de dólares con varias empresas, y en este momento está totalmente paralizado.

Ahora bien, en el sector nuestro la situación es aún peor que la del campo del transporte. Hemos olvidado prácticamente que se nos perdió, se nos evaporó Ipostel. Nadie sabe que existe, pero no recibe correo para el extranjero. Porque la telefonía y el correo funcionan con bancos de compensación. Ustedes pagan al país que recibe las llamadas el tramo nacional de ellos, y ellos nos pagan el tramo nacional nuestro. Venezuela tiene años que no cancela compensaciones en el campo del correo, ni en el campo telefónico. Los países han dicho, no recibimos más correo y se quejan de que Venezuela sistemáticamente robaba los sacos con los cuales Francia, Inglaterra, España, Italia enviaban. Les ponían los colores patrios y se los quedaban ellos.

En telefonía se dio un salto cuando fue privatizada. Hemos llegado a lo que en parámetros de *chips* considera un promedio correcto a diecisiete fijos por cien habitantes. Por supuesto, hemos tenido el *boom* de la telefonía móvil. Pero, en este momento, Venezuela no paga en dólares la compensación telefónica y el resultado es que Movistar, Digitel y Cantv han suprimido las llamadas a más de cien países, a los cuales no puedo llamar desde mi celular. Lean en Internet por lo menos las declaraciones de Movistar y de Digitel que precisan este fenómeno. Hemos terminado siendo en telefonía un país muy atra-

ANTONIO PASQUALI
Entes incomunicados no pueden formar estructura social. Eso lo dijo por primera vez Demócrito en el siglo V antes de Cristo. Y hoy lo ratifica la antropología cultural y todas las ciencias modernas. El hombre comienza a convertirse en un ente social, en un animal político, desde el momento en el que hace uso de un lenguaje para comunicarse con su semejante.

sado, nuestro sistema es más pobre y lento que el de casi todos los países de América Latina. Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, ocupamos en América Latina la posición trece en telefonía móvil. Es decir, teléfonos por cien habitantes. La posición número veinte en televisión por cable, la veintiuno en banda ancha fija y la veintitrés en telefonía fija. La posición treinta y uno en Internet y la treinta y cuatro, y última, en móvil del hogar. El Global Information Technology Report no ha desplazado de la posición 107 del *ranking* mundial a la posición 142. Y esto es dramático, cuando uno vuelve a leer el Plan Telecom 2000 al comienzo del régimen chavista que decía: “Para el año 2006 seremos una sociedad del conocimiento líder en la región. El 80 % de nuestro trámite administrativo público será por las TIC’s”. En cambio, hemos descendido muchos peldaños en el *ranking* mientras Colombia subía veintiséis puestos.

Para terminar, todo el mundo lo sabe, tenemos el Internet más lento del mundo. Somos los penúltimos en la región, solo nos sigue Bolivia. Tenemos un promedio de 1.6 megabytes por segundo que nos condena a tener la posición mundial número 160 de 172. Estamos en los últimos diez más lentos de la tierra. Y lo debemos a su principal causante, es la Cantv que todavía tiene millones de conexiones a 0,562 terabytes o a 562 kilobytes. El cableado ha quedado incompleto, sobre todo en la parte que Chávez designó a una empresa cubana y queda la gran nebulosa de los dos satélites y un cable submarino, en La Guaira, que nadie sabe que es. El cable submarino fue 100 % un regalo de Chávez al gobierno cubano —que no puso ni un solo dólar y recibió el cable—. Cuando Chávez regaló el cable, el Internet no mejoró absolutamente nada en la isla cubana. Los cubanos tenían como escudo el pretexto de los Estados Unidos, pero en realidad había una gestión policial de no darle Internet a los cubanos. Ahí tienen el cable y no lo usan para Internet, entonces ¿qué demonios está haciendo ese cable en el fondo del mar? Yo tengo una hipótesis y la voy a hacer pública. Nuestros dos satélites son chinos y duales. Tienen un fragmento para usos militares y otro para usos civiles. Atando cabos, cuando terminó la Guerra Fría lo que hicieron fue cerrar la estación rusa de espionaje de Lourdes en las afueras de la Habana

—a pocos kilómetros de la Habana—. Lourdes fue durante veinticinco años la estación de espionaje más grande de la tierra. Ellos sabían en tiempo real de cada satélite que se levantaba en cualquier lugar. Tenían seis mil rusos trabajando en la estación. Fue cerrada, pero a los siete, ocho años, los chinos vinieron a Cuba a reemplazar a los rusos. Y ahora existe una estación china de espionaje que funciona en la Habana. Los satélites son chinos, son duales, tienen un sector fragmentado militar y otro civil. La hipótesis de trabajo que manejo es que ambos satélites están cumpliendo una función militar que viaja de la manera más segura posible por un cable submarino.

Quisiera citar un episodio que me tocó ver en Internet. En el año 2011-2012 sorpresivamente la Etecsa que es la Empresa Telefónica Cubana le compró a Telecom Italia su 27 % en Etecsa. La pagó con 766 millones de dólares que Cuba no posee. ¿Quién lo pagó? Quien sabe, el problema era sacar del juego a un huésped indeseado porque faltaba un mes para que llegara el cable, y los cubanos sacaron del juego a la empresa italiana para que no supiera lo que llegaría por el cable; incluso la empresa italiana que abolió la operación sacó de la venta un 30 % más de lo que valía su parte. Todo esto bastante sospechoso.

Yo he tratado de explicar hasta ahora que Cuba ni de lejos ha podido disponer de 766 millones de dólares. La hipótesis es que alguien se los regaló. Entonces, el usuario venezolano está sumergido en una tecnología vieja, lenta, obsoleta, insegura e insuficiente para comunicarse. Le han cercenado la comunicación telefónica con más de cien países del mundo, le han quitado el uso de un sistema postal, con el cual le regalamos cientos de millones de dólares a los *courier*, DHL, Fedex. Esta es la situación del país. Las empresas dicen que se nos deterioran una a una las celdas y no tenemos con qué traerlas; no nos dan ni un dólar. En la medida en la que se quema una celda no hay qué la reemplace. Veán ustedes en Internet

ANTONIO PASQUALI
“Señores, agarren su Blackberry y quémelo porque ya no prestamos el servicio”. Algunos han protestado, pero de resto nos parecemos a las operaciones que yo calificaría de africanas, de países regidos por coroneles, donde se quema una celda, se quita el servicio y nadie protesta.

HABLEMOS

las maromas que han hecho Movistar y Digitel para decirle a los usuarios: “Señores, agarren su Blackberry y quémelo porque ya no prestamos el servicio”. Algunos han protestado, pero de resto nos parecemos a las operaciones que yo calificaría de africanas, de países regidos por coroneles, donde se quema una celda, se quita el servicio y nadie protesta.

Bien, para terminar hay que reformar de alguna manera el concepto de políticas públicas en comunicaciones. Ese es un concepto clave porque es político. Nosotros queremos mejorar las comunicaciones para cambiar nuestra deficiente democracia. Todo lo que hagamos por una “comunicación libre y plural” (artículo 58), será una operación en favor de una mejor democracia. Dentro de este capítulo hay que empezar por ver holísticamente el problema de la tecnología de las comunicaciones, que no se pueden acortar o entender por separado. Del mismo modo, como decía Carlos Correa, no debemos abordar por separado los problemas de la comunicación social. Hay una sola libertad de la cual todos deben disfrutar. No podemos pensar hoy en una reforma general ante un Ejecutivo que vive diciendo “yo no ejecutaré lo que la Asamblea legisle”, porque sería tiempo perdido. Pero sí podemos sentar las bases modificando las leyes existentes para acceder a un mundo mejor de las comunicaciones, moderno y al día en materia tecnológica. Y sobre todo, democrática a la manera de como es soñada en muchos países, siempre desde el reeducarse.

TOMÁS GUANIPA VILLALOBOS

Ha sido bien descrita la realidad que nos está tocando vivir en nuestro país. En un sistema que ha tenido como política de Estado la confrontación como mecanismo para dirimir las diferencias. Se ha ido implementando en Venezuela un andamiaje sin precedentes en términos de lo que es el control de las comunicaciones. Esta es de las peores crisis que hemos tenido en la historia en materia de comunicación y medios. Si bien es cierto, en la época de la dictadura se veía un control absoluto en lo que eran los medios impresos y radiales, el sistema de hostigamiento y de persecución que hemos tenido

Jesús María Aguirre, miembro de la revista.



los últimos años es digno de estudio en términos internacionales.

Soy un dirigente político que hoy es diputado a la Asamblea Nacional y me ha tocado la responsabilidad de presidir una comisión que tiene una relevancia, en términos de lo que estamos viviendo, después de un proceso electoral en el que el país decidió un cambio que no tiene vuelta atrás. Este año lo considero importante para que haya un punto de quiebre en lo que significa que en el país se recobre la libertad de expresión y que tengamos un sistema de comunicaciones más plural y libre del que tenemos hoy. Durante estas tres semanas en las que hemos estado en la comisión de medios, casi todos los sectores que hacen vida en los medios de comunicación se han reunido para discutir. Entre estas puedo mencionar a empresas de telecomunicaciones, la Cámara de Televisión, la Cámara de Radio, la Cámara de Periódicos y organizaciones como Espacio Público, Transparencia y muchas otras; también con los sindicatos de trabajadores de prensa y de los periodistas. En todos se está viviendo una situación muy grave y empieza a haber una suerte de expectativa muy alta desde la comisión de medios para revertir este sistema.

Lo primero que yo quisiera decir es que un año es poco para todo lo que ha ocurrido en estos diecisiete años. Quisiéramos poder tener una agenda legislativa que sea concreta en términos de avanzar en algunos temas y dejar en marcha otros muy importantes. Por ejemplo, la reforma de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones que es un tema vital en el momento, tiene una gran cantidad de aristas por ser una Ley muy amplia. El tema del rezago tecnológico es dramático; de haber sido el país pionero en materia de las telecomunicaciones en América Latina hoy estamos

prácticamente en el último lugar. Y creo que ha sido deliberado por parte del Gobierno toda vez que hemos tenido la mayor cantidad de ingresos en nuestra historia. Una Ley que fue producto de un gran consenso que se dio en el año 2000; que luego de que hubo el golpe de Estado en el 2002 el Gobierno decidió revertir radicalmente porque, bajo su esquema y lógica, tener el control de los medios de comunicación garantizaba para ellos la posibilidad de mantenerse en el poder, cosa que no se ha alejado mucho de la realidad. Entonces, para nosotros el tema de la reforma de Ley tiene dos etapas. Una primera, sobre lo concreto, lo urgente, lo que más pueda generar impacto. Y luego, una reforma integral a la Ley que la vamos a hacer a través de una comisión mixta, en la que están la Comisión de Medios, la Comisión de Ciencia y Tecnología y la Comisión de Administración y Servicios, donde queremos abarcar todos los ámbitos para poder hacer una Ley moderna. Además debe tener el consenso de todos los sectores y hay muchísimos temas de interés, con lo cual se complican las decisiones.

La primera Ley aprobada en el 2000 tuvo año y medio de mucha discusión por los distintos temas de interés que había. Por tanto, nuestro objetivo en la comisión es poder dejar este año avanzada la reforma integral. En las próximas semanas vamos a introducir una reforma parcial de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones definida como urgencia parlamentaria con la mesa directiva de la Asamblea Nacional y los presidentes de comisión. En esa Ley queremos, en primer lugar, lograr estabilizar los accesos y permisos de concesiones para canales de televisión y habilitación de emisoras de radio. Los canales de televisión están teniendo concesiones cada cinco años; algunos tienen concesiones vencidas, como Globovisión, desde hace un año. Es decir, no se les ha querido renovar a pesar de haber introducido la permisología necesaria. Y peor aún, hay cualquier cantidad de emisoras de radio locales que funcionan a través de las cableras, que sin ningún tipo de procedimientos administrativos, sino por una llamada telefónica de Conatel han salido del aire y no pueden estar al servicio de la gente. Una referencia más clara de lo que ocurre a nivel regional puede ser *NTN24*, que fue sacada del aire por una orden ejecutiva y no por un proce-

dimiento de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones.

Entonces, el tema de la regularización de habilitaciones en las emisoras de radio y el de las concesiones es un tema vital para nosotros. Una emisora de radio o un canal de televisión que logra tener una concesión por quince años, veinte años, permite hacer las inversiones necesarias para que podamos avanzar no solo en términos tecnológicos, sino en términos de la calidad de televisión y radio que se le ofrece al venezolano. En definitiva ese es nuestro objetivo; no defender a los dueños de un medio de comunicación, sino el derecho que tenemos los venezolanos a poder estar informados.

Por otra parte, en esa Ley nos gustaría también trabajar el tema de la composición de Conatel que hoy es una comisión absolutamente política, que no tiene nada de técnica y que está absolutamente secuestrada por el Ejecutivo nacional y todos sus miembros son nombrados por él. Un punto importante aquí es lograr la autonomía de esa comisión. Además, lograr ya, a partir de este año, un cambio en la forma en la que se manejan las regulaciones para los medios de comunicación. Entre otras cosas, se ha desarrollado todo un sistema que decía hace poco el profesor Herrera –quien forma parte de estas comisiones–, que un medio de comunicación que se autocensura es un medio cobarde, que no debería estar al aire. También dicen que “jamás se ha dado la orden a un canal privado o a un medio impreso privado o a una emisora de radio para que definan una línea editorial”. Yo decía, ¿hace falta que eso ocurra en el país donde todos los días las emisoras privadas o los canales privados están recibiendo la visita de Conatel o del Seniat? Donde son además agraviados con impuestos sin precedentes y con multas que antes nunca habíamos visto en el país.

¿Hace falta mayor censura que la de una comisión nacional que porque un canal de televisión haya transmitido en vivo nuestra reunión con la Cámara de Radio, haya hecho un comunicado de amenaza a la planta televisiva que transmitió? Es increíble que se diga que no hay censura a los

TOMÁS GUANIPA VILLALOBOS
Este año lo considero importante para que haya un punto de quiebre en lo que significa que en el país se recobre la libertad de expresión y que tengamos un sistema de comunicaciones más plural y libre del que tenemos hoy.

HABLEMOS

medios cuando, por ejemplo, se monopoliza la importación de papel periódico a través de la Corporación Maneiro. Supuestamente porque antes algunos empresarios hacían negocios con la importación de papel. La solución es que la importación no la harán los empresarios, sino el Estado. Y hoy están comprando el papel a cinco veces su valor a empresas que no son las que realmente fabrican el papel periódico.

Además, lo distribuyen con una discrecionalidad absoluta. La presidente de la Cámara del Periódico nos decía: “A nosotros nos entregan tantas toneladas y las repartimos de forma equitativa”. Eso me parece muy bien, el problema es que no saben cuánto es el papel que se les está entregando a los medios públicos. Que son medios además que tienen el papel que les da la gana, que no les falta el color, ni las planchas; y además son medios

que nadie lee. Sin embargo, es para lo único que hay papel en Venezuela.

Entonces cuando dicen que hay “una especie de autocensura” es la forma más descarada de desconocer la censura absoluta que hoy existe en Venezuela. Por ejemplo, que en materia de emisoras de radio existan 1.500 emisoras clandestinas en Venezuela y que el profesor Herrera haya dicho que “si las cierran hay un escándalo, porque se están cerrando los medios de comunicación” es un cosa increíble. Son emisoras clandestinas que no tienen ningún tipo de permisología, que jamás pidieron el permiso para estar al aire, que dañan todo lo que es el espectro radioeléctrico en términos de la frecuencia, pero que además tienen todas un altísimo contenido político partidista. Tienen una vinculación política clara y entonces dicen que “sacar esas radios es atentar contra la libertad de expresión”. Los medios radiales que cumplen con la reglamentación, que están al día, que pagan impuestos y multas permanentes, el 70 % están sin habilitación, por lo que también están funcionando de forma ilegal.

Asimismo, amplían o desvirtúan la naturaleza de las emisoras comunitarias al darle alguna de estas frecuencias nacionales, cuando las emisoras

comunitarias tienen al menos tres particularidades. La primera, es que tiene que tener un ámbito geográfico local porque son comunitarias y su objetivo es poder ayudar a mejorar la calidad de vida de su entorno. Por eso, en segundo lugar, su contenido solo puede ser comunal, de una comunidad determinada. Por ejemplo, si hay o no agua, si el médico va o no ese día, si el preescolar estará con clases, serían todos los temas que competen a una comunidad determinada. Y en tercer lugar, que no puede ser una emisora comercial. Sin estos tres aspectos no existe la radio comunitaria. Cuando tu vas cambiando el dial de Caracas a Barquisimeto, lo único que encuentras son emisoras de radio con contenido absolutamente político, que tratan de imponer una sola forma de pensar.

Por eso, para nosotros el tema de las telecomunicaciones es significativo. Hemos recibido propuestas de reforma de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos que necesita cambios importantes fundamentalmente en lo relativo al tema de los contenidos. Queremos promover, y en ese sentido estamos trabajando con una comisión, una ley de acceso a la información pública. Si algún daño han recibido quienes ejercen el periodismo en Venezuela, es que no solo les ha tocado una persecución y agresión sin precedentes, sino que además el periodismo de investigación ha desaparecido, y la crónica periodística también. Al igual que el acceso a los datos, que se ha vuelto una labor clandestina. Decir en cuánto está el dólar es un delito, calcular la inflación es casi un sabotaje al Gobierno y una conspiración en su contra.

Por último, queremos promover también una ley que sea especial sobre medios públicos nacionales en cuanto a contenido y a la forma en como se vienen manejando. Resulta insólito ver la campaña permanente de descalificación que se da en los medios públicos, donde los medios dejaron de ser del Estado, ya no son ni siquiera medios del Gobierno, lo son de un partido político.

Son estas las cuatro prioridades que nosotros tenemos. Creemos que vamos a avanzar mucho en las cuatro. Hay un consenso general en que la ley de acceso a la información pública se va a aprobar en este período. Que la reforma parcial a la Ley de Telecomunicaciones la vamos a aprobar

TOMÁS GUANIPA VILLALOBOS
Queremos que estas discusiones sean lo más amplias posibles, pero que también tengan un tiempo de duración concreto para que podamos responder a las expectativas –a nivel nacional– que hay sobre el tema de la libertad de expresión en Venezuela.

en el primer semestre, que vamos a dejar instalada esa comisión. Vamos a avanzar en la reforma de la ley resorte y, por supuesto, queremos aprobar en el segundo semestre de este año la ley de medios públicos nacionales. Les pediría a todos los que están interesados que nos ayuden. Esta no es una comisión cerrada, sino que está abierta a todos los sectores que puedan colaborar en materia de lo que legislaremos. Queremos que estas discusiones sean lo más amplias posibles, pero que también tengan un tiempo de duración concreto para que podamos responder a las expectativas –a nivel nacional– que hay sobre el tema de la libertad de expresión en Venezuela.

Creo que estamos en un tiempo de cambio inexorable y estos pueden darse de forma pacífica; o al menos a eso aspiramos. Ese cambio va a llegar y qué bueno que existen espacios como estos que nos ayudan a pensar, más allá de la crisis, en los medios que deberíamos tener, en el sistema de comunicaciones que deberíamos tener, en un mejor país y en poco tiempo nos va a tocar reconstruir a Venezuela y ojalá nos toque a nosotros también formar parte de ese nuevo país.

ELIZABETH SAFAR GANAHL

◀◀ Agradezco este espacio que nos ha permitido conocer opiniones, puntos de vista y, especialmente, la posición de la Comisión de Medios de la Asamblea Nacional que es muy importante. Nosotros tenemos muchos años en estas batallas de la democratización de las comunicaciones como fundamento de la democratización de la sociedad. Muy tempranamente, arrancando este Gobierno, cuando se planteó la Reforma Constitucional, lo que son los artículos 57, 58, 108 y parte del 145 fueron propuestas que llevamos a la Asamblea el Colegio Nacional de Periodistas, el Sindicato Nacional de Periodistas, el Instituto de Investigaciones de la Comunicación y el Comité por una Radio Televisión de Servicio Público.

Sentimos la inmensa satisfacción de que una de nuestras construcciones fue que “la comunicación es libre y plural”, artículo 58. Esa autoría es de la coalición de instituciones que pelearon, en ese momento, para que esa idea fuera un fundamento constitucional y para la construcción de una política que cumpliera con la condición de

ser pública, no gubernamental, ni presidencial, sino pública. Como ustedes saben, tenía seis requisitos.

También estuvimos presentes en la gran pelea para evitar la aprobación de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones en el año 2000, en la sede en la que estuvimos Antonio Pasquali, Carlos Correa y gente que nos unimos para acusar a quienes lideraban esto, como lo fueron Diosdado Cabello, Jesse Chacón y las Cámaras, no solo de la radiodifusión y de la televisión, sino las que ocuparon las grandes trasnacionales de las telecomunicaciones en ese tiempo.

Igualmente para evitar la aprobación de los artículos 192 y 209, que son hoy, en la actual Ley reformada, la cláusula décima de las disposiciones transitorias y la cláusula segunda de las disposiciones finales que son las que nos están ahorcando. Por cierto, no vi como propuesta en lo que comentaban sobre las Cámaras, el que sea vital tomar a estos dos artículos que son los que nos prohíben, desde la institucionalidad del Estado venezolano, manejado por el gobierno de turno, comunicarnos unos a otros en la mínima comunicación –como puede ser la interpersonal– a través de las telecomunicaciones –como lo es la telefónica–. Esa es la cláusula décima de las disposiciones transitorias. Es decir, si al Gobierno le da la gana de suspendernos las comunicaciones telefónicas, está dado por esa cláusula que es algo sumamente inconstitucional. La otra es la de las alocuciones, que es la cláusula segunda de las disposiciones finales. Esas dos cláusulas deben figurar en la lista de las cosas también a erradicar totalmente de la Ley Orgánica de las Telecomunicaciones. El artículo 10 de la ley resorte es el espíritu de la providencia 704 que es quien impone la voz del amo en Venezuela, a través de todos los medios de comunicación. Ellos utilizan la frecuencia radioeléctrica o el espectro radioeléctrico.

Esto tiene dolientes desde hace diecisiete años. No queremos volver a una figura hegemónica en comunicaciones. Es decir, no queremos volver a lo que había antes, en el año 1998, donde la

ELIZABETH SAFAR
la racionalidad de las normas en Venezuela está contaminada por la razón militar. Y eso lo tenemos que erradicar si queremos hablar de la construcción de una sociedad democrática.

HABLEMOS

racionalidad que existía era la mercantil exclusivamente. Queremos comunicaciones plurales. Pluralismo significa la convivencia entre lo público, lo privado comercial y lo comunitario. Queremos un equilibrio, pero no el predominio de unas cosas sobre las otras. Y en ese sentido, el Comité próximamente le entregará a la Asamblea

Nacional una propuesta de Ley Orgánica de Radio y Televisión, donde planteamos al menos dos cosas fundamentales. Una, la creación de una autoridad independiente. Conatel debe ser un órgano a transformar en su totalidad, tiene que ser una autoridad independiente que rinda cuentas a la Asamblea, y no adscrita a ningún órgano del Poder Ejecutivo y mucho menos a la presidencia de la República como lo es ahora.

La figura de autoridad independiente es algo muy importante. Nosotros no podemos reformar a

Conatel en su composición, pero sí el que sea una autoridad independiente. Su estructura es revisada por la Asamblea Nacional y los nombramientos son a través de esta para que se conserve el carácter de “plural”. Eso es lo que estamos persiguiendo. El equilibrio se logra si trabajamos el concepto de lo plural. Obviamente, las leyes en Venezuela que han tocado el tema de la comunicación tienen una carga histórica tremenda. Porque los artículos 192 y 209 se agregaron en la etapa militarista de Venezuela, en un gobierno militar, específicamente en el gomecismo.

Cuando surge la radio en Venezuela las leyes que sirvieron para ampararla constitucional o institucionalmente fueron la Ley de Telégrafos y Teléfonos del año 1918 y la Ley de Comunicaciones Caligráficas del año 1927. El primer reglamento de radiodifusión es del año 1932 y le sigue el de 1934. La Ley de Telecomunicaciones es de 1936 con su respectivo reglamento. Se derogó la Ley y el reglamento de Telecomunicaciones de 1941 –con López Contreras– que ya contenía los artículos 192 y 209 que repitió el gobierno chavista. Es decir, la racionalidad de las normas en Venezuela está contaminada por

la razón militar. Y eso lo tenemos que erradicar si queremos hablar de la construcción de una sociedad democrática. Eso es muy importante que la Asamblea Nacional lo entienda. Nosotros tenemos que pasarnos al carril de la democracia en su totalidad. Debemos erradicar, de las normas actuales, todo lo que tiene que ver con la organización militar; que es una organización vertical, hegemónica, no democrática, no participativa. Entonces, es nuestro principal objetivo el erradicar de todas las normas de comunicación, por lo pronto, además de contar con nuevas leyes, de todo lo que implosiona a la Constitución nacional.

La racionalidad de la política pública es algo que debe debatirse de una manera contundente en la sociedad venezolana. Es decir, tenemos que afincarnos en una racionalidad cuya estructura axiológica sea en defensa de los derechos humanos para tener una sociedad verdaderamente democrática. Una sociedad que pueda mirar al horizonte a largo plazo, aunque nosotros no vivamos para ver ese horizonte. Y debemos sobreponernos al corto plazo, a la inmediatez de las normas y de las instituciones que han sido formuladas en el marco de unas políticas que no han sido públicas, sino hegemónicas.

JOSUÉ FERNÁNDEZ

Tengo una pregunta para el diputado Tomás Guanipa. Esta tiene que ver con hacia dónde se está formando lo que se refiere a delinear un silencio administrativo. De manera que no procedan los chantajes del régimen que van atrasando las respuestas a quienes solicitan respuestas, permisos, concesiones. Es decir, ¿cómo van a implementar o poner en práctica el silencio administrativo como una ventaja o un blindaje a las reformas que van a requerirse del Estado?

Otra, tiene que ver también con qué se está delineando para evitar espasmos como el ocurrido el último año sobre la Ley de Seguros, donde se incluye a un representante del régimen en la junta directiva de las empresas aseguradoras. Ese mal ejemplo pudiera cumplir también entre lo que sería una nueva normativa o la normativa deseada por el régimen para ampliar, o profundizar, el control de los medios de comunicación.

LUIS VEZGA GODOY
Ya no hacemos periodismo para reseñar el ayer, sino para compartir el presente. Y sugiero contemplar por tanto esos cambios que son fundamentales para entender el mañana. Es importante ver hacia dónde va la humanidad, no el chavismo nada más.

PABLO ANTILLANO

Quería felicitarlos y agradecer la oportunidad de poder escuchar lo que vinimos a compartir hoy en este espacio. Yo estoy en la línea de Elizabeth Safar y quería comentarles algo. Los venezolanos tienen la proyección sobre la sociedad con unas “nuevas esperanzas” tras la victoria de la Asamblea. Pero me preguntaba sobre las estrategias que se tienen para implementar estos cambios a corto plazo.

Antes de definir algo más general como lo que propuso Carlos Correa, referido por Elizabeth Safar, si llegan a implementarse unos cambios orientados a restaurar los derechos de los concesionarios de las radios, si nosotros le damos hoy ese mensaje a la sociedad desde la Asamblea, los cambios son sencillamente una restauración. Sugeriría el diseño de una estrategia que anunciara algunos de los contenidos de fondo que implica un cambio en las políticas públicas comunicacionales y así alejara el fantasma de la restauración.

LUIS VEZGA GODOY

En la línea de Pablo Antillano y de Elizabeth Safar, quiero agregar que ese trabajo debe llevar una estrategia de conceptos académicos y profesionalismo atados a una realidad política. Aspirando a la implementación siempre. Sugiero que para ello se visualice un poco más el fondo de la intervención de Antonio Pasquali; ese avanzar hacia el futuro, el que estas propuestas de la reforma contemplan la modernidad de los venezolanos. No del reclamo de lo que hoy fuimos o de lo que mañana queremos ser, sino que hay otro mundo de las telecomunicaciones y de la comunicación social.

Ya no hacemos periodismo para reseñar el ayer, sino para compartir el presente. Y sugiero contemplar por tanto esos cambios que son fundamentales para entender el mañana. Es importante ver hacia dónde va la humanidad, no el chavismo nada más. El segundo punto es que en ese concepto estratégico ya no hablemos solo del derecho a la información; que le incorporemos “los derechos fundamentales de la humanidad”. Al quehacer periodístico se le ha cercenado un derecho fundamental que va con la vida misma, con el trabajo. Si lo vemos con esa visión de “dere-

chos fundamentales” podemos tener otras oportunidades estratégicas para avanzar más allá. E incluso, nos permitirá revisar al chavismo.

TOMÁS GUANIPA VILLALOBOS

Estoy totalmente de acuerdo con la profesora Elizabeth en términos de lo que debe ser el contenido de las reformas. Le confieso que no hay una reforma establecida ya, sino que está en plena revisión. Actualmente hay un tercer proyecto de reforma que entra en discusión con distintos sectores. Por supuesto que el tema de lo que tiene que ver con las cadenas y su uso abusivo del espectro, de parte del Gobierno, para publicitar una campaña permanentemente política, eso es algo que está previsto ahí.

Inclusive, se presentó una ley que llaman popularmente la “ley anti cadena”. Hemos discutido que parte de ella puede ir en la reforma de la Ley de Telecomunicaciones y en la ley resorte también. Quiero hacer una salvedad, queremos lograr una reformación de las telecomunicaciones en Venezuela, su modernización. Ahora, si creemos que puede hacerse en uno, dos o tres meses ahí es donde estamos mal. Necesitamos de un importante consenso nacional con la participación e integración de distintos sectores. Se deben lograr cambios que reorganicen y logren normalizar el espectro radioeléctrico de forma urgente y tomando en cuenta que el pasado fue malo, y el presente es desastroso.

Es inaceptable que en el país donde se quiere un Estado de derecho esté una persona que haya cumplido con la reglamentación y esté tres o cuatro años esperando a que le den la permisología, y no se la dan sencillamente porque su línea editorial no es cercana al Gobierno. Eso no puede ser. Que existan 1.500 emisoras clandestinas en el país, no puede ser. Y si eso es restauración, entonces somos restauradores. Yo sí creo en las emisoras comunitarias, profundamente. Porque además dentro de la concepción de nosotros (Primero de Justicia) como partido político, creemos en el empoderamiento del ciudadano en

Es inaceptable que en el país donde se quiere un Estado de derecho esté una persona que haya cumplido con la reglamentación y esté tres o cuatro años esperando a que le den la permisología, y no se la dan sencillamente porque su línea editorial no es cercana al Gobierno.

HABLEMOS

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) debe ejercer funciones de orden técnico en el espectro radioeléctrico. No puede seguir operando bajo las directrices del Ejecutivo nacional.

los sectores populares. Y creemos que las comunidades son quienes deciden en qué se gasta su presupuesto, las que administran sus escuelas, sus ambulatorios y hacen sus propias obras. Creo en las emisoras comunitarias que generan en la gente el compromiso social y colectivo, que obligan al ciudadano que vive en un barrio a entender que es corresponsable de lo que ocurre en el barrio;

tiene que generar un ambiente donde haya calidad de vida porque eso lleva al progreso. Esa es la naturaleza de una emisora comunitaria.

Ahora, si restaurador es que nosotros digamos que las emisoras comunitarias solo pueden tener un ámbito geográfico determinado, un contenido comunitario y no pueden ser empresas comercializadoras de publicidad, será; pero nosotros

no podemos volver a un tema de mercantilizar la comunicación. Sobre todo por lo que ha avanzado en términos internacionales. Por eso, nuestro objetivo al crear esta comisión mixta en la que estén distintas áreas como administración y servicios, la Comisión de Medios y la de Tecnología, es que queremos hacer una ley que pueda rescatar lo que fue el inicio de las telecomunicaciones en Venezuela. Éramos los pioneros, el país más moderno, donde se hacían todos los ejercicios para poder llevar tecnología a otros países de Latinoamérica. Si funcionaba en Venezuela, si se hacía en Venezuela, se llevaba a otros países. Hoy estamos de últimos, pero debemos rescatar la capacidad de ser, de nuevo, un país moderno.

Lo que no podemos olvidar es que estamos en una crisis. Muy bien lo decía el profesor Antonio Pasquali, y lo decía claramente, nosotros estamos en un país africanizado y no podemos dejar de actuar en lo concreto, en lo urgente y en lo que podamos impactar en este momento. Eso es vital; sin dejar de pensar en ese país que rescate el tema de las comunicaciones como un derecho fundamental. Les pido que nos acompañen en este proceso de la reforma. Es importante que todo el que pueda participar, lo haga. En la comprensión que la reforma inicial no va a tener el alcance que

nosotros quisiéramos. Queremos que se piense en esta ley de forma positiva, discusiones transitorias y hay que retribuir a quien cumple con la ley. Este debe ser reivindicado por el Estado. No habrá ninguna reglamentación legal que permita que el Estado venezolano empiece a meterse en ámbitos que sean estrictamente privados; eso no puede ser, ni puede ser aceptado porque la experiencia en Venezuela no ha sido positiva –ni ahora, ni antes–. Todo lo que haga la Asamblea Nacional es importante, y forma parte de la lucha que debemos tener en este momento. Siento que el Gobierno se ha convertido en el principal obstáculo para resolver los problemas de la gente. Y en la medida en la que nosotros sigamos trabajando, le busquemos solución a los problemas de los venezolanos, en esa misma medida vamos a abrir las puertas para que puedan haber mecanismos constitucionales para lograr un cambio definitivo de este Gobierno; tarea que es también imperiosa.

ANTONIO PASQUALI GRECO

Yo hubiese querido decir todo lo que dijo la profesora Elizabeth Safar. Señor diputado, a título personal considero que la estrategia de su comisión es la correcta; hay que ir peldaño por peldaño. No veo la racionalidad de salir mañana nosotros con una Ley Orgánica de la Radio y Televisión. Es la meta final lo que se debe cuidar, donde ninguna decisión adoptada en la etapa intermedia hipoteque la decisión final, sino que colabore y abra el camino, eso es lo importante, a un arreglo definitivo de los diferentes sectores.

Una última palabra sobre los medios comunitarios. Nosotros tenemos veintidós años vendiendo al país la idea de legalizar lo comunitario. Básicamente porque lo comunitario es una gloria latinoamericana. Los medios comunitarios nacieron en América Latina. En la radio minera de Bolivia, durante años tuvimos un episodio de diálogo en Colombia a las cuatro de la mañana con el “Campesino levántate a trabajar por Colombia”. Pero la palabra comunitaria ha sido contaminada por la dictadura chavista, porque huele a comuna. Yo sugiero que la utilicemos con el término universal de “medios de proximidad”, que es lo que son y deben mantenerse ahí. Los

medios comunitarios querían adoptar las mismas dosis de frecuencia de los medios comerciales. Vivimos en un caos, hay unos medios que deben ser limitados en su capacidad. Entonces debemos aplicar el nombre “medios de proximidad” para dejarle la palabra comunitaria al chavismo.

CARLOS CORREA BARROS

Me gustaría seguir la línea del debate por lo comunitario. Ahí hay debates por dar, porque el tema de la cobertura local deja por fuera algunas iniciativas que son interesantes. Unos tienen que ver con los medios de cobertura de servicio público, sin fines de lucro. Este es el caso de las iniciativas que dicen que los medios comunitarios son pequeños pero no enanos; la posibilidad de articularse para crear dinámicas como ocurrió en otros países.

Debemos abrir la discusión para que podamos reflexionar desde los autores que hay, sin un espectro radioeléctrico de lógica privatizada porque eso no puede ser. Así podemos encontrar buenas soluciones. Estos debates permiten crear una sintonía fija para agruparlas; podríamos tener iniciativas no necesariamente asociadas a potencias por ser sin fines de lucro nada más. El sentido de avanzar con mirada estratégica y consenso nos lleva a construir buenas soluciones.

La otra cosa que se debe aprovechar y potenciar es que hay un grupo de organizaciones donde están buena parte de los presentes y otros más, como lo es la Alianza por la Libertad de Expresión. Esta precisamente está avanzando en esa sintonía. Propuestas en relación a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la ley resorte, Código Penal, y una alianza que habla del acceso a la información pública, para debatirlas. La Alianza puede presentar propuestas a la Comisión para avanzar en la construcción de espacios y entrar en debate para incorporar perspectivas. Es decir, hay una tradición de investigación, tradición de práctica que combina a la gente que hace cosas por ahí y a la gente con vocación de servicio. En este sentido es importante notar la disposición de cruzar esas variables y con esta mirada de “avancemos” con una dinámica de modernización de la comunicación.

JHENNY RIVAS ALBERTI

Solo quiero reiterar lo que hemos conversado. La relación directa entre libertad de expresión, el derecho a la información y la democracia. La libertad de expresión es la manifestación más fidedigna de la libertad de pensamiento, y no existe nada más vinculado a la democracia que la libertad de pensamiento y la posibilidad de expresarnos sin limitación.

Entonces, lo más importante es que todo el movimiento que se está haciendo ya ha cumplido el paso esencial. Porque hace muchos años no se podía discutir sobre estas reflexiones que existen en la libertad de expresión con la esperanza de un cambio pronto, de un cambio cercano y que nos están escuchando. El solo hecho del debate ya es un paso imprescindible, esencial, en ese proceso de formación de la opinión pública, libre y plural.

Abierto el debate, no nos queda más que trabajar en ese sentido, que aportar desde la especialidad y su punto de vista. El solo hecho de decir “vamos a reformar la Ley de Telecomunicaciones” es un paso esencial. Hace poco tiempo ni siquiera esa idea se nos cruzaba por la mente como posibilidad real de que pudiese efectuarse. El rescate de los derechos de información y de la libertad de expresión es un pilar fundamental para refundar la democracia perdida. Sin libertad de pensamiento no puede haber democracia.

MARIELA MATOS SMITH

Licenciada en Comunicación Social por la UCAB. Licenciada en Letras por la misma universidad. Investigadora del Centro de Formación en Investigación Humanística (CIFH). Candidata a Magister en Filosofía.



ESTUDIOS

GALERÍA DE PAPEL · FRIDA BRONFENMAIER DE VARNAGY / 2016



From the principles of autonomy, pluralism and freedom of information the Institute of press and society Of Venezuela (IPYS Venezuela) has been dedicated to building a scan of the exercise of journalism which covered 67 % of the national territory. This exercise had the participation of a group of journalists and activists of human rights, that made possible this study of perception and motivated the participation of 227 workers of private, independant, community and state media.



GALERÍA DE PAPEL FRIDA BRONFENMAIER DE VARNAGY / 2016

Periodismo en arenas movedizas

Estudio 2015: censura y autocensura en periodistas y medios de comunicación en Venezuela

Desde los principios de autonomía, pluralidad y libertad informativa, el Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela (IPYS Venezuela) se dedicó a construir una radiografía del ejercicio del periodismo, que abarcó 67% del territorio nacional. Este ejercicio contó con la participación de un grupo de periodistas y activistas de DH.HH., que hicieron posible este estudio de percepción, y motivaron la participación de 227 trabajadores de medios privados, independientes, comunitarios y estatales.

INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD (IPYS)

BALANCE Y DESAFÍOS

El periodismo venezolano tiene el desafío de recuperar su esencia y despojarse de limaduras. Necesita reflejar las voces de denuncia de los ciudadanos. Ser el espejo de una sociedad en la que se practica el escrutinio de los poderes, como un ejercicio saludable para la democracia.

El periodismo venezolano debe ser contrapoder. Es indispensable que se abra a las voces de las comunidades que debaten y practican la deliberación pública. Requiere anular los órdenes de silencio. Tiene el reto de superar los riesgos, las amenazas, las presiones, la censura y la autocensura.

El periodismo venezolano reclama autonomía, independencia, diversidad y pluralidad. Necesita estímulo, protección, fuerza y libertad.

Estos retos se plantean ante los condicionamientos que rodean la labor periodística en Venezuela, que se derivaron de los resultados del *Estudio 2015: censura y autocensura en periodistas y medios de comunicación*, que se ha denominado *Periodismo en arenas movedizas*.

Desde aquí, el Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela (IPYS Venezuela) construyó una radiografía del ejercicio del periodismo en los últimos doce meses, con la percepción de 227 periodistas de medios privados, independientes, comunitarios y estatales, que participaron en una consulta que abarcó dieciséis estados del país.

Se impone el secretismo que propicia el desequilibrio informativo, rasgos de una sociedad donde merma el derecho de su población a saber, a estar más y mejor informada para tomar decisiones sensatas y responsables sobre su cotidianidad. En fin, para ejercer la ciudadanía.

Estas demandas se hacen urgentes ante la adversidad. Las tildes de una sociedad del miedo y del silencio se han acentuado en Venezuela, un país sumido en el conflicto.

Pese a que se han abierto nuevos espacios independientes y el periodismo ha tomado un respiro con nuevas iniciativas que han derivado

en el cambio de la configuración del ecosistema de medios del país, el temor ha copado los espacios en los que debe prevalecer la máxima expresión. Así se ha avanzado hasta llegar a un periodismo cohibido, domesticado, complaciente, indulgente. Un periodismo sigiloso.

Los estrados francos para la denuncia y el escrutinio público se han debilitado ante las incesantes presiones. Algunas veces excesivas, otras veces menudas. En ellas se imponen las coacciones que logran distorsionar la naturaleza del periodismo como fuerza de contrapoder, un oficio indispensable en cualquier democracia.

Esta es la manera en la que gira el círculo de la censura, a la velocidad de una sociedad desvirtuada, carente de independencia, pluralidad, diversidad y calidad informativa, condiciones fundamentales para garantizar la salud de la deliberación pública.

Esta rueda ha intensificado sus rotaciones, marcadas por el vaivén de las agresiones físicas y verbales, los procesos judiciales, las acciones de vigilancia y seguimiento policial, la criminalización en los medios, el ocultamiento de cifras, las presiones internas y las órdenes expresas de silencio, que dictan desde el poder.

Estos movimientos abren las compuertas de la autocensura, ese estado inerte que paraliza a los periodistas, los encierra en una frontera sombría y va más allá. Estas corrientes derivan en la persecución de ciudadanos, que le sirven de fuentes de información al periodismo.

Es así como buscar información –la labor esencial del periodismo– y ofrecer datos y declaraciones –la función natural de los ciudadanos– se hacen ver como acciones vedadas.

De tantas repeticiones estos señalamientos se vuelven habituales y hacen del oficio de buscar y difundir información una trasgresión. Se impone, entonces, la ley del silencio. Para el periodismo aparecen fuentes, temas y circunstancias intocables, que no se pueden mencionar. Opacas, que no se pueden escrutar. Mucho menos, propiciar una deliberación pública.

Por el compromiso que asumen con sus fuentes, en algunas ocasiones y en otras por sus principios éticos, los periodistas prefieren guardar silencio, desertar, inhibirse de ejercer su función de servicio público. Pero se genera una consecuencia social, colectiva. Profunda.

Se impone el secretismo que propicia el desequilibrio informativo, rasgos de una sociedad donde merma el derecho de su población a saber, a estar más y mejor informada para tomar decisiones sensatas y responsables sobre su cotidianidad. En fin, para ejercer la ciudadanía.

EL CÍRCULO DE LA CENSURA

Estos rasgos forman parte del diagnóstico y las propuestas que se delinearon a partir del *Estudio 2015: censura y autocensura en periodistas y medios de comunicación en Venezuela*. Se trató de una investigación que se afianzó en la confidencialidad de la identidad de los consultados.

Este análisis se fundamentó en la percepción de 227 periodistas y trabajadores de medios de comunicación, en diferentes rangos de acción, que conformaron una muestra seleccionada de manera aleatoria, que abarcó medios privados (73,13 %), independientes (10,57 %), estatales (8,81 %) y comunitarios (7,49 %).

Es una radiografía del ejercicio del periodismo en el país, que comprendió un trabajo de campo desarrollado entre el 18 de septiembre y el 31 octubre de 2015, y se desplegó en dieciséis estados: Distrito Capital, Trujillo, Miranda, Lara, Táchira, Zulia, Anzoátegui, Monagas, Falcón, Bolívar, Portuguesa, Carabobo, Aragua, Mérida, Barinas y Apure.

Es una investigación de carácter cuantitativo y que profundizó en los análisis de los propios registros históricos de IPYS Venezuela, con la intención de explicar la complejidad del círculo que traza la censura en el país.

La percepción de los participantes coincidió en que en Venezuela dominan los obstáculos para el ejercicio pleno del periodismo, como mecanismo de contraloría social. Estas restricciones se manifiestan a través de presiones directas e indirectas bajo el mando de las fuerzas del Estado, las instituciones privadas y civiles reconocidas, pero también por parte de grupos al margen de la ley.

Estas condiciones hacen que Venezuela esté frente a un escenario velado, bajo una espiral en la que la censura comienza a tejerse mediante constantes negativas de diversos sectores para informar sobre asuntos de interés público; se agudiza con diversas presiones sutiles e indirectas que derivan en la omisión informativa, y termina en la decisión voluntaria de los periodistas de guardar silencio.

Este patrón da cuenta de la dinámica más auténtica en la que se instaura la autocensura, un terreno movedizo, un mecanismo que parece natural para sortear los miedos y las posibles represalias que se presentan al momento de ejercer el derecho a la información.

AUTOCENSURA

Las voluntades personales de inhibirse y guardar silencio dan cuenta del semblante de una colectividad atemorizada, en la que prevalece la incertidumbre y la aprehensión. Este fenómeno es el principal síntoma de autoprotección en un país en conflicto, en el que se evidencian temas, circunstancias y fuentes intocables. Arriesgarse a desafiar este panorama trae consecuencias, perjudiciales para el periodismo pero aún mucho más perversas para una sociedad que se construye bajo un contrato de miedo y de silencio.

El estudio de IPYS Venezuela reveló que a lo largo de 2015 –ante diferentes hechos, fuentes y circunstancias– los 227 periodistas admitieron haber sido indulgentes. Pensaron con detenimiento las consecuencias que se podrían derivar de su función informativa sobre asuntos que son de interés público, al punto de bordear la autocensura.

LOS SILENCIADORES

En esta encrucijada, las recurrentes investigaciones judiciales que amenazan la expresión en Venezuela surten un efecto inhibitorio, al igual que

las acciones de vigilancia e inteligencia policial y los patrones de hostigamiento que se han acentuado desde diversos mecanismos.

De este modo, 37 % de los participantes refirió que una de las razones por la que han preferido ser cautos y guardar silencio ha sido las amenazas de acciones legales, que los podría llevar a enfrentar procesos civiles o penales ante las instituciones estatales.

Esta decisión la tomaron los periodistas al ver lo que ha ocurrido en su entorno. De los participantes, 30 % dijo que esta realidad obedecía a los procedimientos judiciales abiertos contra medios y periodistas. A 21 % le preocupó la aplicación de las disposiciones sobre difamación e injuria, establecidas en leyes penales de Venezuela, y sobre las cuales se han agudizado las demandas contra periodistas y medios de comunicación en los últimos tres años.

Otra de las razones por la que los periodistas han bordeado la línea de la autocensura ha sido las medidas de silencio que se han aplicado contra medios nacionales y regionales, así lo describió 24 % de la muestra.

También surtieron efectos de inhibición entre los consultados las acciones de seguimiento policial (23 %); la constitución de instancias que legalizan la opacidad y autorizan actividades de inteligencia policial, como lo es el Centro Estratégico de Seguridad y la Protección de la Patria (Cesppa); las acusaciones del Gobierno en las que se califica a los periodistas como “terroristas” (23 %); las constantes descalificaciones en medios estatales (14 %), medios comunitarios (12 %); y en medios privados (6 %).

EL MUTISMO QUE PROTEGE LA FUENTE

En este contexto de retraimiento hubo situaciones concretas en las que los periodistas prefirieron autocensurarse durante su labor informativa en los últimos doce meses, e imponer así su voluntad personal de no publicar información de interés público. Esto ocurrió incluso cuando los hechos eran comprobados y verificables. Las noticias se

En este contexto de retraimiento hubo situaciones concretas en las que los periodistas prefirieron autocensurarse durante su labor informativa en los últimos doce meses, e imponer así su voluntad personal de no publicar información de interés público.

ESTUDIOS

dejaban por fuera por temores personales y no por razones de falta de calidad, espacio o jerarquía.

La principal razón por la que guardaron silencio los consultados fue la necesidad de proteger a sus fuentes de información (26 %) o para no afectar a un inocente (25 %). Además, de resguardar su propia seguridad los periodistas también pensaron en evitar poner en alguna situación de riesgo a las personas o instituciones a las que consultan.

Existe una consistencia en esta actuación de los periodistas al analizar las constantes presiones que se ejercen para que revelen de dónde provienen los datos que ellos manejan. Al revisar las tendencias son pocos los periodistas que han cedido a las presiones de actores estatales y no estatales, entre los que, principalmente, están los cuerpos de seguridad del Estado, las instituciones locales gubernamentales y legislativas, los usuarios de las redes sociales,

las empresas privadas, los grupos criminales y de delincuencia organizada, así como representantes de las empresas mediáticas y trabajadores de los propios medios de comunicación.

Solo tres de las 227 personas consultadas admitieron abiertamente haber revelado sus fuentes de información. Sin embargo, hubo quince de ellas que prefirieron abstenerse de contestar a este planteamiento, que es completamente directo y personal.

Esta situación genera conflictos en la profesión y se presta para situaciones ambiguas. Por un lado, se hace valer el inquebrantable compromiso ético del periodista con sus informantes para protegerlos, pero por otro costado se generan excesos que derivan en silencio ante la preeminente necesidad de información sobre asuntos que son de interés público.

Esta investigación también evidenció otras circunstancias en las que los periodistas prefirieron autocensurarse a lo largo de 2015. Entretanto, 20 % lo hizo por precaución ante amenazas y advertencias de sanciones realizadas por funcionarios públicos. También hubo argumentos orientados a evitar amenazas contra

la seguridad o integridad física (20 %); y como medida de cautela ante la aplicación de leyes que penalizan las actividades mediáticas (19 %).

Se expresaron razones en la autocensura de los periodistas que tuvieron que ver con las presiones y las coacciones internas en los propios medios de comunicación. Pues, 19 % describió haber tomado esta actitud para no afectar intereses de los accionistas del medio, y 18 % consideró que no se había cumplido su tarea de informar sobre asuntos de interés público, porque de todas maneras el medio no iba a difundirla. Esta última razón perdió fuerza en comparación a los resultados del estudio 2014, cuando 29 % de la muestra tuvo esta misma percepción. En 2015 aumentaron las razones que custodiaban los beneficios de los dueños de los medios, pues en 2014, este juicio fue respaldado por 15 % de los encuestados.

Así pues que en este fenómeno, que se entiende como el eslabón más alto de la censura, inciden factores personales, internos –en el propio medio de comunicación– y externos –de las diversas fuerzas de poder que están en juego en la sociedad.

La autocensura es un síntoma que amerita atención con apremio, pues da cuenta de una sociedad desvirtuada ante los excesivos controles y las incesantes órdenes de silencio. Estos rasgos complejos le plantean un profundo desafío al periodismo venezolano. Requiere más autonomía, libertad y pluralidad. Necesita menos presiones desde las fuerzas de los poderes que bregan en el país. Exige más y mejores condiciones para el ejercicio de la labor informativa, las reivindicaciones laborales y una formación de calidad sobre este oficio. Esto comprende, además, el fortalecimiento de los criterios periodísticos. El norte debe fundamentarse en estrictos estándares éticos y de calidad que le den al periodismo un verdadero sentido de denuncia y de escrutinio público.

La autocensura se combate con más protección y menos impunidad. Este es un reto que debe empezar a perseguirse desde la propia voluntad del periodista, pero debe ser un compromiso que tienen que asumir, con seriedad, las propias empresas de comunicación, que deben enfocarse en su función de servicio público.

Pero, además, este debe ser un compromiso de país. Una responsabilidad social y colectiva.

IPYS Venezuela ha insistido en que uno de los desafíos está en la urgente necesidad de robustecer el criterio periodístico y encaminar el oficio hacia las buenas prácticas, fundamentados en los estándares de calidad. Esto requiere, formación y autorreflexión sobre los quehaceres informativos.

Mientras mayores sean las posibilidades que tengan los periodistas para informar libremente sin riesgos, amenazas y presiones, más amplias serán las posibilidades que tendrán los ciudadanos de conocer a profundidad los asuntos que son de interés público y poder tomar decisiones acertadas y practicar la convivencia democrática.

Estos planteamientos deben tratarse con urgencia en cualquier sociedad con problemas, pero sobre todo en aquellas en las que en la mayoría de los temas se imponen las órdenes del silencio. Como ocurre en Venezuela, donde los periodistas prefieren inhibirse de informar sobre los principales problemas del país, que se derivan de una situación de crisis de criminalidad y violencia, y dificultades políticas, sociales y económicas. Este clima de complicaciones ha hecho, incluso, que los periodistas no quieran abordar los riesgos a los que se enfrentan ellos y los medios de comunicación, por cumplir con su labor.

Son los propios periodistas y los sectores vinculados a la comunicación, los que deben reflexionar sobre su función social como portavoces de los clamores ciudadanos, así como también tienen la tarea de escrutar a las distintas fuerzas de poder. IPYS Venezuela ha insistido en que uno de los desafíos está en la urgente necesidad de robustecer el criterio periodístico y encaminar el oficio hacia las buenas prácticas, fundamentados en los estándares de calidad. Esto requiere, formación y autorreflexión sobre los quehaceres informativos.

TEMAS INTOCABLES

En esta investigación, los participantes reconocieron algún grado de autocensura en todos los temas planteados, que abarcan los fundamentos de la cobertura social, política y económica del país. Así lo refleja 30 % de ellos, que decidió, voluntariamente, no difundir informaciones relacionadas a las situaciones que los exponían —a ellos mismos o al medio para el cual trabajaban— al riesgo de ser demandado. También 19 % dijo que tomaba esta decisión para resguardar los intereses de alguna de sus fuentes.

La autocensura, además, sirvió de escudo para evitar cubrir temas vinculados a hechos de violencia y criminalidad (19 %); conflicto con autoridades de gobierno (18 %); disputas

con manifestantes violentos (17 %); escasez de alimentos (15 %), actividades relacionadas con el narcotráfico (14 %), entre otros.

Pero estas voluntades personales que derivaron en autocensura no fueron fortuitas. Detrás de ellas hay coacciones reiteradas de parte del propio medio de comunicación y de las fuerzas de los poderes estatales y privados. Los cinco primeros temas que la muestra del estudio evitó cubrir, por decisión personal, también forman parte de las prohibiciones en la cobertura que han girado los directivos y dueños de los medios de comunicación.

Sin embargo, las percepciones de las prohibiciones fueron más altas cuando a los periodistas les tocó responder por las instrucciones que han recibido dentro de los medios de comunicación para evitar cubrir las fuentes.

CENSURA INTERNA

En todos los temas planteados hubo restricciones en las empresas mediáticas en mayor o menor grado: conflictos con autoridades del gobierno (35 %); situaciones que expongan al medio o al periodista al riesgo de ser demandado (30 %); escasez de alimentos e insumos (30 %); intereses de una fuente que se quiere proteger (27 %); hechos de violencia (23 %); seguridad nacional (19 %); intereses o puntos de vista de los anunciantes (18 %); control cambiario (18 %); conflictos con grupos de manifestantes violentos (15 %); infancia (14 %); moral pública (10 %); tráfico y consumo de drogas (9 %).

Incluso, estas medidas de censura interna que asumen las empresas de comunicación derivaron, a lo largo de 2015, en la prohibición que le giraron los dueños y directivos de medios a los periodistas con la finalidad de evitar cubrir una fuente en particular, según la percepción de 37 % de los encuestados.

Bajo estas órdenes se consolida una máxima dentro de las salas de redacción de los medios de comunicación: para el periodismo hay temas y personajes que no se pueden escrutar. Así, 36 %

Bajo estas órdenes se consolida una máxima dentro de las salas de redacción de los medios de comunicación: para el periodismo hay temas y personajes que no se pueden escrutar. Así, 36% de los periodistas aseguró que sus jefes le han prohibido nombrar a actores específicos.

de los periodistas aseguró que sus jefes le han prohibido nombrar a actores específicos.

Estos cuidados excesivos en la cobertura de las diversas fuentes de información reflejan, además, las coacciones bajo las que se ejerce el periodismo, por los miedos y temores que se imponen dentro de los medios de comunicación. Las empresas ceden sus espacios y así se le abre terreno a las coberturas indulgentes con las diferentes fuerzas de poder.

En este escenario es preocupante que los 227 consultados reconocieron haber tenido algún tipo de restricciones al hacer cobertura sobre los asuntos de interés público, por las prácticas coercitivas que se han impuesto en las empresas mediáticas.

Esta actitud de censura interna denota complacencia y complacencia en relación a las actuaciones de las fuerzas estatales y privadas, a tal punto que las empresas mediáticas asumen, incluso, funciones de censores. De esta manera, se llega a desvirtuar la esencia del periodismo como oficio de escrutinio público.

ÁNIMOS DE SUMISIÓN

Del total de la muestra, 34 % reveló haber recibido órdenes expresas para cambiar la redacción, el lenguaje empleado regularmente o términos específicos de la información, para suavizar o disimular el impacto de las noticias. También 29 % dijo haber recibido mandatos expresos de no publicar una información sobre un hecho que es noticia; y 14 % señaló que lo cambiaron de fuente tras haber realizado alguna cobertura de evidente interés público.

En algunas oportunidades estas medidas de censura interna terminaron en acciones excesivas como renuncias forzadas (10 %) y despidos arbitrarios (3 %).

Ante estas actuaciones fue razonable que —entre los principales obstáculos para el ejercicio del periodismo— los participantes expresaran sus incomodidades por las instrucciones de sus supervisores u otros jefes indirectos que restringieron su labor (34 %), así como por las presiones de los accionistas de los medios de comunicación (28 %).

AUTONOMÍA DÉBIL

Preocuparon las presiones indirectas que se ejercieron dentro de los medios de comunicación, durante 2015, para debilitar la labor informativa, su independencia y su libertad editorial.

Dentro de las empresas mediáticas hubo controles excesivos para decidir cuáles contenidos se publicaban y cuáles no, sin importar la preeminencia del interés público. Al menos 48 % de los periodistas describió que en el medio para el que laboran se rectificaron informaciones que fueron debidamente verificadas, luego de exhortos hechos por organismos gubernamentales.

Esta sumisión destacó entre las principales preocupaciones que tuvieron los periodistas en torno al ejercicio de su oficio, pues 22 % de la población que conformó este estudio mostró su inquietud sobre las presiones internas que se ejercieron para realizar réplicas o rectificaciones de informaciones, exhaustivamente corroboradas y verificadas, bajo los métodos que se practican en el periodismo.

También 29 % de los periodistas indicó que en el medio de comunicación para el que laboran existe alguna instancia externa de control de contenidos informativos, con la capacidad de decidir cuáles contenidos se difunden y cuáles no.

Estas prácticas comprometen la autonomía editorial que exige el periodismo y condicionan el rol de servicio público que deben cumplir los medios a favor de la ciudadanía.

LAS ÓRDENES OFICIALES

En esta investigación, *Periodismo en arenas movedizas*, IPYS Venezuela reveló patrones de las órdenes oficiales que se giran desde las instituciones del Estado con la finalidad de infringir la autonomía editorial de los medios de comunicación. Ante estas presiones las empresas mediáticas asumen una actitud endeble y tímida.

Por las constantes amenazas y la necesidad de velar por sus intereses comerciales y políticos los representantes de los medios ceden sus espacios. Así se alimenta, bajo sutilezas, la incertidumbre en relación al trabajo mediático como servicio público.

Hay presiones que ejercen las diversas fuerzas de poder sobre los medios de comunicación que son tenues, pero hay otras imposiciones que sí

se perciben, en tanto se ordenan en voz alta. Al menos 41 % tuvo conocimiento de que el medio o la institución de comunicación para la que trabajaba, en ese momento, recibió exhortaciones externas para evitar la publicación de determinada información.

También 30 % supo de órdenes que formularon altos funcionarios del Estado para obligar al medio de comunicación a publicar boletines, notas de prensa e informaciones emitidas por organismos oficiales.

Estas coerciones, evidentemente, tienen la finalidad de que el periodista asuma –sin cuestionamientos– las versiones oficiales que se le imponen. Se olvida que esto es solamente un dato más de un hecho que debe tener independencia para investigarse y para contarse, sin sesgos ni presiones.

Las informaciones institucionales son pues un elemento más y no la historia en sí misma. Estas perspectivas, además, no pueden hacer del periodista un mero escribano o una bocina al servicio del poder.

Bajo el criterio de IPYS Venezuela, estas medidas profundizan el temor y el silencio en el oficio periodístico, al punto de que se percibe como un delito una acción tan natural como la de consultar a las fuentes de información y abordar noticiosamente los asuntos políticos, económicos y sociales que afectan al país.

La percepción de la muestra que participó en este estudio reveló la incidencia de otras presiones oficiales en el desarrollo y en la libertad de los productos informativos. Entre las ocurrencias más comunes refirieron modificaciones de ediciones de interés público por presiones oficiales (28 %) y por presiones de grupos no estatales (13 %). También denunciaron los impedimentos forzados para evitar las difusiones periodísticas (9 %); y se llegó a recoger materiales periodísticos luego de su publicación (7 %).

Estos resultados demuestran que la censura, en sus diversas expresiones, ha cooptado las diferentes dimensiones de la labor informativa en Venezuela. Este fenómeno revela una bisagra entre los distintos poderes estatales, privados e irregulares que han tomado fuerza en el país. Estas condiciones debilitan las esenciales funciones periodísticas en una sociedad democrática.

En estas condiciones también prevalecen las señales de desestímulo que acompañan a una parte importante de los periodistas en el ejercicio de sus labores dentro de los medios de comunicación. En la tercera de las 27 preocupaciones que enfrentó el periodismo –de acuerdo a las percepciones que recogió este estudio– se ubicó la depreciación de la remuneración que recibieron los periodistas por hacer su labor en los medios de comunicación, a lo largo de 2015.

De acuerdo a la interpretación de IPYS Venezuela, de alguna manera esto demuestra que existe una necesidad de mejorar los salarios de los periodistas, que le den estabilidad y solidez al momento de cumplir con sus labores. También es imperativo fortalecer la formación profesional, que derive en buenas prácticas para consolidar el ejercicio del oficio y los criterios periodísticos, desde los estándares de calidad que se ajusten a los retos que exige la sociedad.

CENSURA POR EL PODER

Estas conductas parecen responder a un modo de coacción deliberado en el que se impone la desinformación como estrategia política. De este modo, 18 % de los encuestados coincidió en la percepción de que se ha trazado un intencional proceso de omisión de noticias que son de evidente interés público.

Estas perspectivas, de alguna manera, explican –pero no justifican– las intenciones de las fuerzas del poder de imponer el silencio y la desinformación. Estos trazos esbozan a la censura como un fenómeno social que tiende a volverse natural. Se trata de un defecto que se dosifica por las órdenes directas e indirectas, que infringen la independencia, la pluralidad, la diversidad y la calidad informativa, sustentos vitales para que el periodismo se conciba como una verdadera fuerza de contrapoder.

Los hallazgos de esta investigación revelan que, en Venezuela, todas las fuerzas de poder –estatales y no estatales– ejercen la censura. Unas en mayor y otras en menor medida.

EL ESTADO CENSOR

El principal censor del país es el Estado. En 2015, los periodistas consultados en esta investigación tuvieron la percepción de que los poderes públicos

emitieron órdenes expresas de censura, que afectaron la libertad de expresión y el derecho a la información.

Al igual que en 2014, como silenciador de la labor informativa en el primer lugar se ubicó el Poder Ejecutivo (24 %). Le siguió el Poder Legislativo (15 %); el Poder Judicial (12 %), el Poder Electoral (6 %) y el Poder Moral (4 %).

En la antesala de las elecciones parlamentarias, justamente, los periodistas consultados denunciaron las restricciones que rodearon la fuente electoral en relación a las informaciones de interés público sobre las elecciones parlamentarias, que luego se celebraron el 6 de diciembre de 2015¹.

Más de la mitad de los encuestados, es decir 59 %, denunció las negativas de las autoridades del Consejo Nacional Electoral (CNE), en distintos estados del país, para conceder entrevistas a los periodistas, de acuerdo a sus propias experiencias o la de algún compañero de trabajo.

Este patrón, además, se enmarcó en restricciones al acceso a la información pública sobre la cobertura electoral, según las respuestas de 68 % de los encuestados.

“Se ha vuelto recurrente que las autoridades estatales –entre ellas las del Consejo Nacional Electoral– así como los candidatos parlamentarios, se nieguen a responder las consultas de los periodistas en relación a los comicios parlamentarios que están pautados para el próximo 6 de diciembre”, alertaron previamente IPYS Venezuela y el Observatorio Electoral Venezolano.

A nivel porcentual, la actuación del Poder Electoral, en 2015, fue la misma en comparación al estudio de censura de 2014.

Sin embargo, los periodistas tuvieron la percepción de que disminuyeron las órdenes de censura expresas dictadas por los demás poderes públicos del país.

Esta investigación, además, demostró otras vías por las que se impone la censura oficial, de forma tenue y sigilosa.

LA VOZ SIGILOSA

Los poderes no estatales y las fuerzas al margen de la ley también ejercieron la censura durante 2015. Aunque los porcentajes fueron menores en comparación con 2014, los grupos económicos

privados fueron los que más desplegaron órdenes de silencio (11 %).

Este patrón también se manifestó en las restricciones al acceso a la información pública por parte de actores privados. Al menos seis de las primeras diez instancias que niegan el derecho a saber de los ciudadanos fueron grupos empresariales, vinculados a las importaciones y a las contrataciones con el Estado.

Entre los principales temas en los que se manifestó la censura y la autocensura, que involucran al sector privado, estuvieron los asuntos relacionados con el desabastecimiento de alimentos y las restricciones en el manejo de las divisas extranjeras en la economía del país.

En segundo lugar, se evidenció esta misma actuación por parte de grupos irregulares que están al margen de la ley. Esta fuerza empieza a institucionalizarse en el país, y ello da cuenta de una sociedad sumida en el conflicto. Las instancias de delincuencia organizada aparecieron como censores, de acuerdo a la percepción de 6 % de del grupo que conformó esta investigación.

Los periodistas también denunciaron medidas de censura que provenían de parte de grupos políticos (4 %); instituciones sociales independientes (3 %); y organizaciones de la sociedad civil (2 %).

SILENCIO EN LOS MEDIOS

Los medios de comunicación privados, independientes, estatales y comunitarios también censuraron informaciones de interés público, sobre las condiciones de transparencia y gestión de calidad en las que ejercen su labor. Fue determinante la compra y venta de medios, así como los cambios en la gerencia, situaciones que debilitaron la independencia y autonomía informativa dentro de ellos.

Así que 28 % de los 227 periodistas que participaron en esta investigación reconocieron que desconocían quiénes son los propietarios de los medios para los que trabajan.

De igual modo, entre los principales obstáculos para el ejercicio periodístico apareció el cambio de propiedad y gestión de los medios de comunicación en los que laboraban los encuestados, según la percepción de 21 % de la muestra.

Estas tendencias que dan cuenta de la opacidad en la gestión de los medios de comunicación

podrían derivar en autocensura. La compra y venta de medios de comunicación (13 %) apareció como una de las razones por la que los periodistas decidieron, por voluntad personal, no publicar una información de interés público, debidamente corroborada.

OPACIDAD

Las restricciones al acceso a la información pública son una forma de censura. Este es el orificio por donde empieza a erigirse el círculo de la censura.

En 2015 se mantuvo la actitud opaca de parte de instituciones estatales (68 %) y no estatales (22 %) que insistieron en las negativas constantes que disiparon el derecho a saber de los ciudadanos y también quebrantaron la salud de la democracia. Aparecieron en la medición nuevos actores con estas actitudes. Estos fueron los grupos fácticos, que se encuentran al margen de la ley (22 %).

Aunque las cifras que responsabilizan al Estado y a los actores privados disminuyeron porcentualmente en comparación con 2014, este fenómeno no deja de llamar la atención por los indicadores que se reflejaron en la percepción de los consultados. Esta situación evidencia que las restricciones al acceso a la información pública han llegado a naturalizarse. Quizá porque es la manera más etérea en que se manifiesta la censura.

Este es, sin duda, el principal obstáculo que enfrentan los periodistas para ejercer su labor. En la consulta, 71 % coincidió en que el cierre de las fuentes de información pública –en entes estatales y no estatales– es la principal limitante para realizar su trabajo.

LA TRANCA DEL ESTADO

Las primeras tres instancias generales que negaron información a los periodistas durante 2015, fueron los ministerios, sus entes centralizados, los organismos de salud pública y las instituciones encargadas de la seguridad de la nación.

Pues, siete de cada diez de los consultados coincidieron en denunciar algún tipo de limitaciones ante los gabinetes ejecutivos. De igual modo, 69 % manifestó recibir negativas de información –*muy frecuentes, relativamente frecuentes y poco frecuentes*– en los centros estatales de atención médica, durante el ejercicio periodís-

tico. Mientras que 75 % indicó restricciones de acceso a la información por parte de los cuerpos de seguridad del Estado.

Entre las diez instituciones más referidas por sus prácticas que debilitaron el derecho a saber, destacaron otras instancias del gobierno nacional y regional, tales como la presidencia de la República y las gobernaciones.

EMPRESAS SOMBRÍAS

El sector privado practicó estos mismos hábitos opacos. El mayor secretismo se concentró en los grupos de manifestantes violentos que –entre las frecuencias *alta, mediana y baja*– llegó a acumular 60 % de las denuncias de los periodistas consultados en esta investigación.

El evidente panorama de escasez y déficit económico que afecta a Venezuela se tradujo en mayor opacidad. De acuerdo a los análisis de los promedios generales, destacaron las restricciones del acceso a la información pública por parte de empresas distribuidoras y comercializadoras de alimentos (58 %) y de productos farmacéuticos (57 %), así como los bancos y las casas de bolsa (53 %).

Al igual que en 2014, este estudio reveló limitaciones de acceso a la información pública de parte de los proveedores del sector petrolero y de las industrias básicas que, justamente, son contrastistas del Estado en las dos principales actividades económicas de Venezuela. Así lo percibió 50 % de los consultados, bajo las interpretaciones de los porcentajes generales.

IPYS Venezuela insiste en la necesidad de garantizar y salvaguardar el acceso a la información pública como una de las vías para fortalecer la democracia y la participación ciudadana en los asuntos que son de interés público. Es urgente que se practiquen, de forma sincera y efectiva, la transparencia y la rendición de cuentas sobre las gestiones de todas las instituciones que conviven en la sociedad.

Todos los sectores de la vida pública están en la obligación de informar y los ciudadanos tienen derecho a saber, para tomar decisiones responsables y consientes.

También les generó incertidumbre el bajo nivel de sus salarios (58 %). Esta causa, además, se enmarcó en el detrimento general de los sueldos que se vive en el país y la alta inflación, que según los datos oficiales alcanzó “una variación acumulada” de 108,7 %, en los primeros nueve meses de 2015.

RIESGOS DEL PERIODISMO

Al analizar los resultados completos de acceso a la información pública, IPYS Venezuela determinó que no existe en el país un sector –ni estatal ni privado– que cumpla completamente con el principio de máxima divulgación que sustenta el derecho de todos los ciudadanos a saber.

Esta es una de las razones que explican las principales inquietudes de los periodistas sobre su oficio. Durante 2015, 72 % vio con preocupación el cierre de las fuentes de información pública, tanto del Estado como las privadas.

Este obstáculo prevalece por encima de los temores por las agresiones de calle (59 %); las violaciones de los cuerpos de seguridad del Estado (49 %); el temor a demandas penales por difamación e injuria (40 %), y las restricciones para el acceso y la consulta de contenidos en Internet (35 %).

La censura y autocensura se combaten, entre otros aspectos, con más y mejor calidad de vida y criterio profesional de quienes ejercen la función informativa. Estas dos condiciones fueron percibidas como un riesgo por los propios periodistas, quienes reconocieron su deficiente formación y capacitación (44 %) para ejercer plenamente el periodismo.

También les generó incertidumbre el bajo nivel de sus salarios (58 %). Esta causa, además, se enmarcó en el detrimento general de los sueldos que se vive en el país y la alta inflación, que según los datos oficiales alcanzó “una variación acumulada” de 108,7 %, en los primeros nueve meses de 2015.

El estudio determinó como una dificultad indirecta para la labor periodística, las restricciones para la importación y compra de insumos para la producción informativa que afecta a los medios de comunicación, según la percepción de la mitad de la muestra (56 %).

Los periodistas también tuvieron la percepción de que los medios para los cuales trabajan son afectados por el veto o retiro de publicidad oficial, que se deriva de la asignación del presupuesto de

la nación (25 %). Denunciaron esta misma actitud de parte de las empresas privadas (13 %). Observaron la discrecionalidad del Estado para decidir si asignarle o no al medio para el que laboran alguna habilitación oficial para difundir informaciones (22 %). También, señalaron sus inquietudes por las sanciones tributarias (9 %), que se utilizaron como una forma de amedrentamiento.

IMPUNIDAD

La impunidad desestimula la denuncia y le abre las ventanas a las violaciones a la libertad de expresión. Esto ocurre porque no hay investigación, sanciones, protección ni prevención.

Los resultados demuestran que los periodistas fueron afectados por diversas violaciones a la libertad de expresión, en su ejercicio periodístico. Así lo reflejaron, a modo personal, a lo largo de esta consulta.

Sin embargo, la mayoría de estos hechos no trascendieron ante el sistema de justicia de Venezuela porque el primer paso, que es formalizar la denuncia, no ocurrió, según 61 % de los encuestados. Esto sucedió, en parte, por el desinterés y la falta de voluntad de los periodistas, debido a que consideraron que no van a encontrar una resolución adecuada a sus problemas, ante las correspondientes instituciones del Estado.

Entonces el silencio se impuso, también, ante la denuncia. Los resultados obtenidos revelan que en 2015 los periodistas pensaron con detenimiento si hacían o no una denuncia a propósito de algún incidente que configurara una violación a la libertad de expresión.

Solo 11 % de los afectados hizo la denuncia ante los organismos de justicia correspondientes en todas las oportunidades que le ocurrieron sucesos de este tipo. Otros prefirieron hacerlo solo en algunas oportunidades (12 %).

Preocupa que se hayan tomado acciones al margen de la ley para resolver los conflictos, debido a que 22 % reconoció que utilizó vías no convencionales para solventar las situaciones irregulares que comprometieron su ejercicio periodístico. Este comportamiento ha sido sistemático, desde 2014, cuando ya IPYS Venezuela alertaba sobre este fenómeno.

Entretanto, 20 % realizó la denuncia pública ante los medios de comunicación únicamente en

IPYS Venezuela ha insistido en que uno de los desafíos está en la urgente necesidad de robustecer el criterio periodístico y encaminar el oficio hacia las buenas prácticas, fundamentados en los estándares de calidad. Esto requiere, formación y autorreflexión sobre los quehaceres informativos.

algunas oportunidades, y 15 % lo hizo ante una organización no gubernamental que defiende la libertad de expresión.

IPYS Venezuela insiste en la necesidad de que se ofrezcan mecanismos de protección que salvaguarden a los periodistas para que puedan ejercer su labor sin ningún tipo de riesgos, amenazas ni presiones. También es urgente que las instituciones de justicia investiguen y sancionen, a profundidad y sin sesgos, las violaciones a la libertad de expresión, pues la impunidad abona la tierra de la censura y la autocensura.

PROPUESTAS LEGISLATIVAS

Más allá de los problemas, los periodistas consultados vislumbraron soluciones. Una de ellas es la revisión del marco normativo de la libertad de expresión y el derecho a la información pública. Demandan una revisión de la estructura legislativa nacional con la finalidad de eliminar las normas punitivas y avanzar hacia una estructura normativa progresista, que permita promover y defender estas garantías fundamentales para la democracia. De hecho, ocho de cada diez participantes cree que es necesario legislar en algunos de los aspectos que abarca el periodismo.

Hay un consenso mayoritario en la prioridad de que exista en el país una ley de acceso a la información pública. Este es el clamor de 97 % de los consultados que, ante la opacidad y el secretismo, creen que una base legislativa en esta materia ayudaría a garantizar el derecho a saber de todos los ciudadanos y a establecer las obligaciones que deben tener todos los funcionarios públicos de rendir cuentas y estar al servicio del escrutinio público.

También en el gremio hay un acuerdo en establecer una normativa que regule la actuación de funcionarios estatales y no estatales para prevenir delitos de agresiones contra periodistas e infoc Ciudadanos. Por esta razón, 93 % pide una ley de protección de periodistas, pues en el país no existen políticas ni programas que propicien la seguridad y salvaguarda de quienes ejercen el periodismo.

Ante las diversas presiones que afectan a las fuentes de información y coaccionan al periodismo, 90 % de los encuestados cree que sería útil una ley de reserva de fuentes. Mientras que

87 % de los participantes considera necesario generar una ley de medios de servicio público, con la finalidad de que la red estatal fundamente sus funciones en los principios de pluralidad, diversidad, libertad y autonomía.

Es necesario también un marco civil de regulación y protección de las libertades en la red, por lo que piensan que sería indispensable una ley de Internet como derecho humano (85 %).

De la muestra, 60 % coincide en que es imprescindible una ley de infracciones civiles. Un proyecto de este tipo le permitiría al país avanzar hacia la despenalización de la difamación, la injuria y el vilipendio. Incluso, esta ha sido una de las solicitudes que le han hecho a Venezuela, diversos organismos internacionales de derechos humanos, en reiteradas oportunidades.

Estas prioridades normativas son compartidas por el Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela. A partir del diagnóstico que se levantó con 227 periodistas esta organización considera que estas recomendaciones deberían ser prioridades parlamentarias para los próximos años.

APUNTES PARA LA REFLEXIÓN Y LA ACCIÓN

Estos resultados muestran los rasgos de un país que para avanzar amerita que se respeten las condiciones necesarias para el pleno ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información.

IPYS Venezuela insiste en seis recomendaciones que ha presentado ante instancias nacionales e internacionales, con la finalidad de generar un clima de respeto y salvaguarda para el ejercicio del periodismo.

- Proporcionar la pluralidad y diversidad de los medios de comunicación como un componente fundamental del derecho a la información y asegurar que los periodistas puedan desempeñar sus funciones sin procesos injustificados.
- Renovar el compromiso con la libertad de expresión y de opinión plural, garantizando la libertad de acceso a la información y medidas para combatir amenazas y ataques contra periodistas.
- Intensificar sus esfuerzos por garantizar la libertad de expresión así como la seguridad de los periodistas en el país.

ESTUDIOS

- ▶ Actuar para que el derecho a la vida y la integridad física sea efectivamente garantizada y todas las instancias del Estado respeten y protejan el derecho de toda persona a la libertad de expresión.
- ▶ Cumplir las obligaciones internacionales de justicia y libertad de expresión, e implementar las recomendaciones, resoluciones y decisiones del sistema regional e internacional de protección de derechos humanos.
- ▶ Armonizar el marco jurídico respecto a libertad de expresión con las obligaciones internacionales que ha asumido el Estado ante diversos organismos de derechos humanos.

Creemos que la acción y la reflexión del Estado, las instituciones privadas, los medios de comunicación y los periodistas, deberían fundamentarse en los principios de libertad de expresión que han sido definidos en instrumentos nacionales e internacionales.

Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecer censura. Artículo 57, Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección. El ejercicio de este derecho entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para: asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas. Artículo 19, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

La censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrito, artístico, visual o

electrónico, debe estar prohibida por la ley. Las restricciones en la circulación libre de ideas y opiniones, como así también la imposición arbitraria de información y la creación de obstáculos al libre flujo informativo, violan el derecho a la libertad de expresión. Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión – OEA.

Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión. Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión – OEA.

Nota

- 1 Para más detalles puede consultar el informe de IPYS Venezuela y el Observatorio Electoral Venezolano, sobre el *Mutismo en la antesala electoral*: <http://ipysvenezuela.org/publicaciones/mutismo-en-la-antesala-electoral/>

UN TRABAJO EN EQUIPO

Dirección ejecutiva: *Marianela Balbi*

Coordinación del proyecto: *Mariengracia Chirinos*

Análisis y redacción: *Mariengracia Chirinos*

Planificación estratégica y comunicación:

Carolina Carrera, Maruja Dagnino

Equipo periodístico: *Ana Karolina Mendoza,*

Keren Torres, Dayana Rivas, Gregoria Díaz,

Adriana Pérez Gilson, Alba Perdomo, Clavel

Rangel, María Virginia Velázquez, Marieva Fermín,

Lorena Arráiz, Daniel Pabón, Andrés Astudillo,

Ronny Rodríguez, Luis Borrero, José Alejandro

Brizuela, Raúl Segovia, Miguel Cardoza.

Equipo de seguimiento: *Génesis Obaya,*

Aura Elena García, Manuel González,

Karla Sánchez, David Matos, Francisco

Colmenares, Carlos Mejía, Manuel Medina.

Consultoría estadística: *Rosángela*

Medina, Carlos Medina.

Edición: *Maruja Dagnino, Carolina Carrera.*

INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD,**CAPÍTULO VENEZUELA**

Es una organización no gubernamental que trabaja en la promoción, defensa y formación en libertad de expresión, periodismo de investigación y el derecho a la información.

Radiografía en construcción

Periodismo en arenas movedizas presenta un balance del *Estudio 2015: censura y autocensura en periodistas y medios de comunicación en Venezuela* que realizó el Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela (IPYS Venezuela).

La principal intención fue hacer una radiografía del ejercicio del periodismo en Venezuela, con rigurosidad y sustento estadístico. De esta manera, se esbozaron las principales tendencias y patrones en las que se ejerció la libertad de expresión y el derecho a la información en el país, a lo largo de 2015, con sus riesgos, amenazas, presiones, desafíos pero también con sus propuestas.

Además de abarcar los temas de censura y autocensura, esta investigación se sustentó en las diez categorías de monitoreo e investigación de IPYS Venezuela. Esta mirada permitió ver a profundidad lo que ocurrió en las diversas tendencias de las restricciones del acceso a la información pública, las normativas que afectan la libertad de expresión, las agresiones contra periodistas y los ataques a los medios de comunicación, las obstrucciones de la libertad en la red, el uso abusivo del poder estatal en materia de comunicaciones, la censura previa, la censura interna, la censura indirecta y la impunidad.

Este estudio se afianzó en los principios nacionales e internacionales de protección de la libertad de expresión y el derecho a la información, desarrollados en la Constitución nacional así como por diversas instancias de Naciones Unidas y la Organización de Estados Americanos. Fueron también referentes las investigaciones que han realizado organizaciones de la región en materia de censura y autocensura.

PERSPECTIVAS DE LA CONSULTA

Esta radiografía del periodismo en Venezuela se desplegó en 67 % del territorio nacional, con la consulta directa en dieciséis estados del país. Justamente, este es el alcance de la Red Nacional de Corresponsales de IPYS Venezuela.

Entre las entidades estuvieron: Anzoátegui, Aragua, Área Metropolitana de Caracas, Apure, Carabobo, Barinas, Bolívar, Falcón, Lara, Mérida, Miranda, Monagas, Portuguesa, Táchira, Trujillo, y Zulia. Fue un desafío lograr una representatividad significativa en todas estas entidades, debido a los miedos y las presiones bajo las que se ejerce el periodismo en la geografía nacional.

En estos estados se recogió la percepción de 227 periodistas que laboran en medios privados (73,13 %), independientes y organizaciones no gubernamentales (10,57 %), estatales e instituciones gubernamentales (8,81 %), y comunitarios (7,49 %).

Para el momento, los encuestados trabajaban en diversas plataformas: impresas (54 %), digitales (29 %), radiofónicas (26 %),

televisivas (13 %), entre otras (15 %), que desarrollan sus labores en los estados de cobertura de esta investigación.

En la consulta predominó la diversidad en la participación de periodistas que cumplían diversas funciones a nivel jerárquico en los medios de comunicación. Estuvieron reporteros y redactores (38 %); editores y jefes de información (17 %); presidentes y directivos de medios (11 %); coordinadores de secciones (11 %); corresponsales (8 %); locutores (6 %); productores (4 %); y periodistas que cumplen otras funciones (5 %).

La muestra comprendió diversas fuentes de información. Al menos 25 % indicó que para ese momento no tenían una fuente en particular, debido a que trabajaban en temas de actualidad o de diversas fuentes. Otro grupo representó a las fuentes de política (24 %), comunidad (8 %); sucesos (7 %); investigación (7 %); deportes (6 %); economía y laboral (5 %); cultura y espectáculo (5 %); salud (2 %); electoral (1 %); educación (1 %); derechos humanos (1 %); ciencia y tecnología (1 %); y otra (7 %).

Se conformó un grupo de periodistas de diferentes rangos de edad, la mayoría con destacada experiencia profesional: 25-34 años (41 %); 35-44 años (25 %); 45-54 años (23 %), 55 años o más (6 %) y 18-24 años (5 %). En cuanto al género, 57 % fueron mujeres y 43 % hombres.

MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

Este estudio se sustentó en la perspectiva cuantitativa y se nutrió de los registros históricos de las tendencias de la libertad de expresión que ha levantado IPYS Venezuela. También se hicieron consultas específicas que permitieron darle profundidad a las interpretaciones de los patrones arrojados por la investigación.

La muestra se conformó bajo una selección aleatoria, cimentada en estrictos acuerdos de confidencialidad de la información de los participantes. El trabajo de campo se desplegó durante seis semanas, entre el 18 de septiembre y el 31 de octubre de 2015. El proceso de recolección de datos se realizó a través de un cuestionario digital, que mantuvo criterios de protección de datos y revisión de consistencia de la información recibida.

En esta investigación participaron treinta periodistas y activistas de DD.HH. Fue un equipo multidisciplinario, coordinado por IPYS Venezuela e integrado por asesores estadísticos, de sociología y planificación estratégica. Su ejecución estuvo a cargo de un equipo de seguimiento ubicado en Caracas, y el trabajo de campo contó con el seguimiento directo en las regiones, gracias al apoyo de los integrantes de la Red Nacional de Corresponsales de IPYS Venezuela.

Ponemos a disposición esta investigación para la consulta y discusión en diversos espacios nacionales e internacionales.

El modelo contra-hegemónico en red implica una dinámica de compromisos más afectivos que racionales, basados en la expresión de identidades más que en la argumentación. La dinámica de redes a partir de la expresión de identidad, podría permitir el desarrollo de lazos de solidaridad personal, primero entre individuos, luego entre grupos. Las prácticas de comunicación basadas en identidades tienen mayor potencial de atracción para los despolitizados, dado que se centran en conexiones personales y no en las ideologías o en los partidos, que este tipo de ciudadanos suele rechazar como ajenos a sus intereses.

Iria Puyosa. *El contagio de ideas políticas, la identidad colectiva y los movimientos sociales en redes* (2014).



GALERÍA DE PAPEL FRIDA BRONFENMAIER DE VARNAGY / 2016

¿Contrahegemonía?

Comportamiento de medios digitales y Twitter durante el proceso de las elecciones parlamentarias de diciembre 2015

¿Son los medios digitales venezolanos una alternativa eficaz para contrarrestar la hegemonía comunicacional constituida por el oficialismo como mecanismo de control político de dimensiones totalitarias? Para intentar dar respuesta a esta pregunta se realizó el siguiente estudio en el cual los autores revisan el comportamiento de una muestra de 4.692 unidades informativas producidas por dieciocho medios digitales, en la conversación de la red social digital Twitter durante la campaña y comicios parlamentarios del 6 de diciembre de 2016, teniendo como marco muestral el top 500 de influenciadores según el índice de Klout. Los resultados preliminares si bien valoran la interactividad en red como factor diferenciador, también advierten que de la calidad de esta interacción depende que haya contrahegemonía en vez de mera hegemonía de signo contrario.

Are Venezuelans digital media an effective alternative to counter the communicational hegemony constituted by the ruling party as a mechanism for political control of totalitarian dimensions? To try to answer this question, the following study was conducted in which the authors review the behavior of a sample of 4,692 informative units produced by 18 digital media, in conversation on Twitter during the campaign and parliamentary elections 6 December 2016, with the frame of the top 500 influencers as index Klout. Preliminary results while networking interactivity value as a differentiating factor, also warn that the quality of this interaction depends instead there counterhegemony mere hegemony of opposite sign.

CARLOS DELGADO-FLORES • ANYINET SALOM

I. INTRODUCCIÓN

La existencia de una hegemonía comunicacional planificada y llevada a cabo por el gobierno de las dos administraciones de Hugo Chávez (1999-2013) y la administración Maduro (2013, actual) para la construcción de un imaginario político en la sociedad venezolana favorable a la idea del socialismo bolivariano, ha sido tema de

investigación y denuncia desde diversas instancias de la sociedad, desde por lo menos 2006 (Bisbal, et al, 2013). En paralelo, se viene señalando la posibilidad de que la emergencia de las comunicaciones digitales en el país pudiera representar un contrapeso importante a esta hegemonía constituida por un poderoso aparato de propaganda y un complejo sistema legal-admi-

nistrativo de control. Ahora bien, la realización de los comicios legislativos el 6 de diciembre de 2015 podía suponer un punto de inflexión para ambos, el cual a su vez podía entenderse como confrontación, para lo cual cabría la pregunta ¿actúa la comunicación política venezolana realizada en el entorno digital, a principios del siglo XXI, como una contrahegemonía?

Para intentar responder esta pregunta y considerando como contexto de situación la campaña de los comicios legislativos de 2015, se diseñó esta investigación la cual tuvo por objetivo general analizar la conversación en red antes, durante y después del 6D, para describir el comportamiento de los medios en conjunto con las interacciones de la muestra, y a su vez, detallar la presencia de contenido generado por los cybermedios en los diálogos efectuados en las redes sociales, específicamente en Twitter, seleccionada por ser la segunda red con más usuarios del país (60 % aproximadamente, después de Facebook, con 91 % de presencia de los cibernautas venezolanos). Esta investigación analizó la emisión de la información proveniente de dieciocho medios en estudio bajo el contexto de las elecciones parlamentarias del 6D, con las interacciones de los primeros quinientos influenciadores de Twitter en Venezuela, desde el 13 de noviembre hasta el 07 de diciembre de 2015.

La hegemonía comunicacional, en este contexto, es un término coincidente expresado por el Gobierno en funciones de Estado y acordado por el resto de la sociedad desde posturas antagónicas o críticas, según el caso. Para el Gobierno se trata de la materialización, con los recursos del Estado cooptados por una fuerza política, de la tesis gramsciana de la hegemonía como forma de introyección a lo interno del cuerpo social, de las ideas de la clase dominante. Para la oposición, incluso para los sectores independientes, se trata de la construcción de un sistema que combina propaganda, censura y autocensura en medios y en voceros, para consolidar un férreo control sobre las versiones, en beneficio directo o indirecto de la versión oficial de los hechos cuyo discurso, propagandístico antes que informativo, genera opacidad en la opinión pública y aumenta las capacidades de control por parte del oficialismo constituido en polo de poder.

En otro texto (Delgado, 2015) hemos sostenido que la capacidad de acción política de los medios de comunicación social es inversamente proporcional a su estructura de costos, por tanto, limitada por estos y su exposición a factores del ciclo económico; que la retórica informativa no garantiza calidad en los argumentos disponibles para la toma de decisiones políticas por parte de la ciudadanía; que la estrategia de control ha deteriorado la profesionalidad de la construcción de las comunicaciones sociales; que las audiencias, por su parte, han intentado zafarse del corsé de controles y restricciones encontrando ventanas de oportunidad en los medios digitales y en las redes sociales, para aumentar su acervo argumental en beneficio del ejercicio de la ciudadanía, pese a las limitaciones de infraestructura y a las restricciones vigentes en un marco legal regulatorio hecho a medida de las aspiraciones del régimen; que la noción de agenda y de encuadramiento social, antaño explicativas de la acción política, hoy por hoy forman parte de una crisis paradigmática que quizás obliga a resituar la discusión en un plano que distinga a cabalidad lo que se entiende como comunicación de masas y lo que emerge como comunicación de redes, habida cuenta de que masa y red no son conceptos equivalentes.

Pero el surgimiento de comunicaciones que hagan frente a la hegemonía requiere de mucho más que la comprensión de los modos de articulación de una economía política en el ámbito de los medios y su acción social; demandaría el desarrollo de estrategias centradas en la defensa de las autonomías y su repertorio de significaciones contraculturales por parte de los actores sociales afectados por dicha hegemonía. Investigaciones previas (Delgado y Arenas, 2014; Puyosa, 2012 y 2014) han explorado la potencialidad de la conversación digital venezolana para generar marcos que permitan el fortalecimiento de estas autonomías para contrarrestar el efecto ideologizante y escotomizador de la propaganda de Estado y su orientación en detrimento de las libertades democráticas, encontrando aspectos favorables dentro del conjunto general.

Así pues, Delgado y Arenas (2014) analizan el comportamiento de la conversación digital en Twitter durante las protestas de 2014, a la luz de

la observación de Puyosa (2012) de que el 18 % de los usuarios de Internet en Venezuela están conectados y politizados. Concluyen a partir del análisis de una muestra aleatoria de cien cuentas geolocalizadas en el país, parametrizada según los datos sociodemográficos del estudio de PeerReach de noviembre 2013 (38 % de los usuarios en edades comprendidas entre 22 y 28 años), que las protestas incrementaron el volumen de la población conectada y politizada. Por su parte, Puyosa (2014) concluye que las protestas de 2014 mostraron seis de los ocho rasgos que Castells (2012) propone para caracterizar a los movimientos sociales en red: 1- uso preferente de comunicaciones vía web, móvil y cara-a-cara y desuso de medios masivos; 2- arranque emocional de las movilizaciones; 3- predominio de las protestas pacíficas, con eventuales protestas violentas en reacción a la represión; 4- ausencia de liderazgos formales y distanciamiento de los partidos políticos; 5- existencia de una agenda de demandas concretas políticas y sociales; 6- participación en las acciones de calle de distintos grupos y colectivos sociales, diversos

y sin vínculos formales estables; siendo los rasgos faltantes: la autoreflexividad del movimiento, y la deliberatividad. Considerando estos estudios como antecedentes, se plantea esta investigación.

II. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Para el desarrollo de esta investigación descriptiva, se constituyó una muestra de medios digitales integrada por medios independientes, medios oficialistas y versiones digitales de medios públicos, seleccionados según la posición en el *ranking* de visitas de Alexa.com. El análisis de la muestra requirió la elaboración de una matriz para cada uno que contempló aspectos como: medio, fecha, hora, género, titular, URL, cantidad de noticias, *hashtags* empleados y compartidos en Twitter. La muestra de contenido generado por dichos medios está integrada por 4.632 notas, acumulada en trece días de estudio, distribuida según lo describe el cuadro número 1.

En la medida en que estos medios distribuían contenido en la red social Twitter, se generó una conversación respecto de los *post* de cada medio. Por ello, con base en la data compuesta por los

CUADRO 1. VOLUMEN DE LA MUESTRA ANALIZADA DE CONTENIDO GENERADO POR MEDIOS DIGITALES

Medio	URL	N° noticias
<i>La Patilla</i>	http://www.lapatilla.com/site/	627
<i>El Nacional</i>	http://www.el-nacional.com/	602
<i>Aporrea</i>	http://www.aporrea.org/	443
<i>El Pitazo</i>	http://www.elpitazo.com/	410
<i>El Universal</i>	http://www.eluniversal.com/	364
<i>Noticias 24</i>	http://www.noticias24.com/minisitios/inner5/	291
<i>Globovisión</i>	http://globovision.com/	266
<i>Primicias 24</i>	http://www.primicias24.com/	244
<i>Últimas Noticias</i>	http://www.ultimasnoticias.com.ve/	233
<i>Contrapunto</i>	http://contrapunto.com/	177
<i>Tal Cual Digital</i>	http://www.talcualdigital.com/	171
<i>VTV</i>	http://www.vtv.gob.ve/	166
<i>Runrunes</i>	http://runrun.es/	164
<i>Dolar Today</i>	https://dolartoday.com/	135
<i>Efecto Cocuyo</i>	http://www.efectococuyo.com/	121
<i>Telesur</i>	http://www.telesurtv.net/	119
<i>El Cambur</i>	http://www.elcambur.com.ve/	58
<i>Prodavinci</i>	http://prodavinci.com/	41
Total		4.632

Fuente: los autores (2016)

primeros quinientos influenciadores en Venezuela (según el índice de Klout) para la fecha de realización del estudio, se buscó enlazar la postura de los perfiles en Twitter con la información publicada en la red, lo que permitió interpretar los intereses conversacionales de estos, así como el medio y los actores con mayor volumen de interacciones. (Cuadro 2)

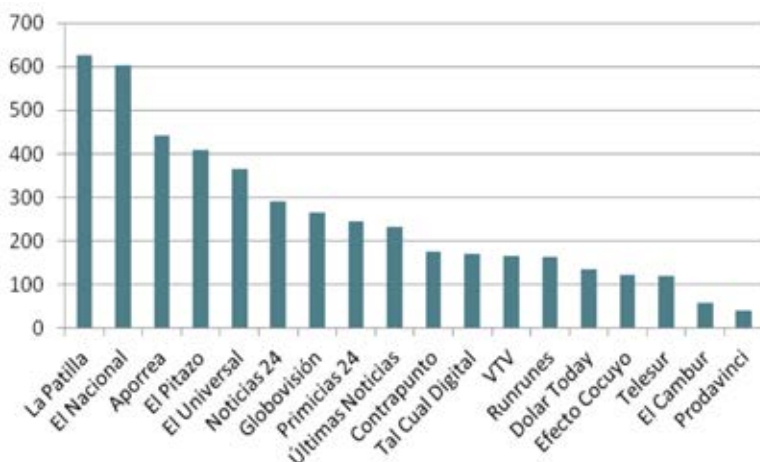
III. CONTENIDO DE CIBERMEDIOS

El estudio del comportamiento de la muestra de dieciocho medios digitales venezolanos y su contenido divulgado en Twitter antes, durante y después de las elecciones parlamentarias efectuadas el 06 de diciembre de 2015, se estructuró atendiendo las siguientes variables expuestas en los gráficos del 1 al 7.

a. Volumen de publicación total

A la vista del primer gráfico se observa que, de los medios de comunicación en estudio, *La Patilla*, *El Nacional* y *Aporrea* encabezan la producción informativa con 627, 602 y 443 publicaciones, respectivamente. No obstante, es válido destacar que solo los dos primeros se enfocaron en dar mayor cobertura a los hechos desarrollados en el área capital, relatando contenido tanto de la oposición como del Gobierno, mientras que el tercero hizo una recopilación amplia de artículos de opinión escritos por simpatizantes del oficialismo y prestó poca atención a la pauta periodística.

GRÁFICO 1. VOLUMEN DE PUBLICACIÓN TOTAL



CUADRO 2. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONTENIDO DIGITAL EN TWITTER

Categorías
Volumen de publicación total
Volumen de publicaciones antes del 6D
Volumen de publicaciones el 6D
Volumen de publicaciones el 7D
Comparación (% de publicaciones)
Distribución de contenido
Distribución de videos
Interacciones en Twitter
Los que más interactuaron
Medios con más RT (retweets)
Actores con más RT (oposición)
Actores con más RT (gobierno)
Medios con más RT antes del 6D
Medios con más RT el 6D
Medios con más RT el 7D
Telesur
El Cambur
Prodivinci
Total

Fuente: los autores (2016)

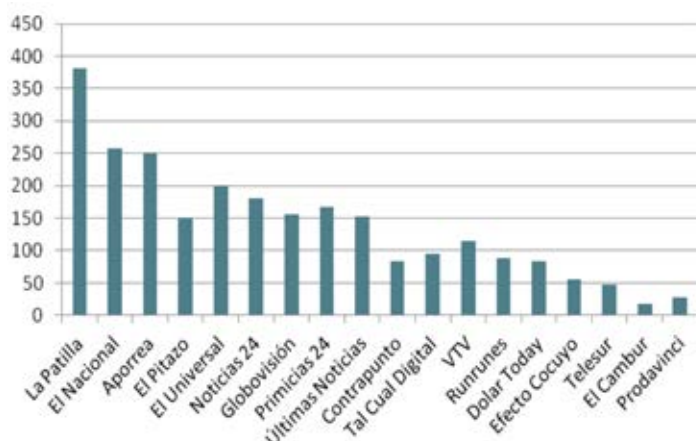
En tal sentido, es necesario destacar la cobertura de *El Pitazo*, pues a pesar de ubicarse en el cuarto lugar con 410 notas, contó con una amplia red de corresponsales que desde el interior del país transmitían información sobre las parlamentarias 2015 antes, especialmente durante, y después de la contienda.

En materia de organización, en el quinto lugar con 364 notas producidas *El Universal* se destaca por su manera de ubicar el contenido dentro de la página web, lo que permitió hallarlo fácilmente y sin complicaciones, a diferencia de *El Nacional* en su versión digital elaborada con un formato confuso para el usuario.

b. Volumen de publicaciones antes del 6D

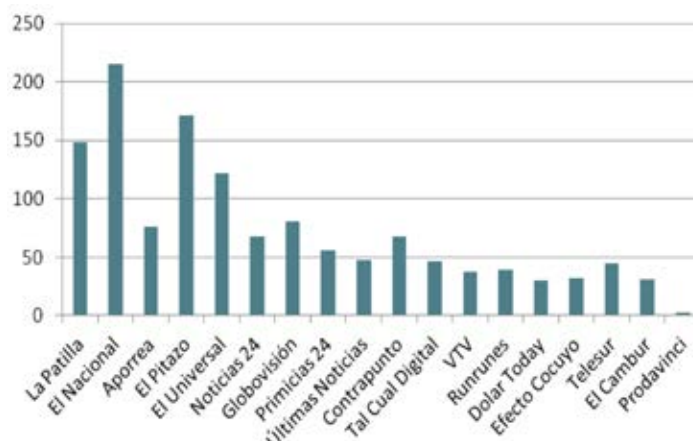
Entre los días 13 de noviembre y 05 de diciembre, *La Patilla*, *El Nacional* y *Aporrea*, generaron la mayor cantidad de contenido con 381, 258 y 249 noticias cada uno. Seguidos de *El Universal* con 201 notas y *El Pitazo* con 150 post.

GRÁFICO 2. VOLUMEN DE PUBLICACIONES ANTES DEL 6D



Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 3. VOLUMEN DE PUBLICACIONES EL 6D



Fuente: los autores (2016)

Los días previos a las elecciones, la página de *El Cambur* sufrió varios desajustes, por lo cual fue imposible hacer el levantamiento en su totalidad. Igualmente, *Dolar Today* presentó problemas de conexión desde el buscador Google Chrome, pues los intentos para abrir la página por esta vía resultaron en vano.

Durante estos días, las noticias posteadas por *Globovisión* carecían de hora y fecha, lo que dificultó establecer un enlace entre ambas unidades de registro. Sin embargo, el 6D reaparecieron ambos factores en su web. Un caso similar ocurrió con *Últimas Noticias*, ya que hubo incoherencias entre la hora de la publicación en el *home* y en la página donde se abría la nota.

c. Volumen de publicaciones el 6D

Para el 6D, *El Nacional* y *El Pitazo* protagonizaron la mayor producción con 215 y 171 noticias respectivamente; encabezan la elaboración de contenido durante las primeras horas de la mañana y desde las cinco de la tarde aproximadamente, hasta finalizar la jornada. A estos, les siguieron *La Patilla* (148) y *El Universal* (122) quienes basaron su tratamiento informativo según las pautas que iba marcando el día, el desarrollo de los comicios en diversos estados del país, las declaraciones ofrecidas por líderes de ambos bandos, la actuación de organismos internacionales y ciertas irregularidades producidas durante el proceso.

Desde otra perspectiva, por ser medios que están en manos del Estado, *Aporrea* (249), *Globovisión* (156), *VTV* (115) y *Telesur* (47) basaron su programación en hechos directamente relacionados con actores oficialistas o en contra de la oposición. *Globovisión* y *VTV* publicaron noticias similares en horarios muy cercanos.

Globovisión prestó bastante atención a cómo se desarrollaba el clima en las diferentes zonas del país, si sería un día lluvioso o soleado. Por otra parte, aproximadamente a las 10:30 de la noche, publicó que la oposición había ganado en el interior, sabiendo que Lucena aún no se pronunciaba sobre los resultados.

La web de *Aporrea* estuvo saturada de artículos de opinión con posturas a favor y en contra del oficialismo, mientras que *Telesur* produjo la menor cantidad de noticias durante el día.

Contrapunto (68), *Noticias 24* (68) y *Primicias 24* (56) aunque no tuvieron gran volumen de publicación, se destacaron por ser equilibrados en su comunicación, ya que se enfocaron solo en los sucesos de mayor relevancia, sin sobrecargar a los usuarios con exceso de información.

d. Volumen de publicaciones el 7D

Nuevamente *El Nacional* permaneció en primer lugar respecto de los otros medios, con 129 notas en su página web el 7D. Es importante considerar que la cobertura de este medio no se detuvo desde la noche del 06 de diciembre, ya que hizo énfasis tanto en los hechos, como en las diversas

opiniones que posteaban en la red social Twitter figuras de la política, farándula, especialistas y ONG. Le siguieron *Aporrea* (118), *La Patilla* (98) y *El Pitazo* (89), los dos últimos orientados a las ruedas de prensa que acontecieron en la madrugada del 7D tras conocerse los resultados. Este mismo día *Globovisión* flexibilizó su postura, anteriormente marcada, al transmitir noticias sobre el triunfo opositor.

e. Comparación del volumen de publicaciones

Previo al 6D, los dieciocho cibermedios analizados elaboraron 2.536 publicaciones entre notas de prensa y artículos de opinión, lo cual equivale a 55 % del total (4.632). Mientras que el 6D y el 7D, hubo 1.302 y 794 *post*, lo que suma 2.096 noticias en dos días, es decir, 45 % de las publicaciones se vio condensado en las elecciones y durante el día siguiente, la mayoría de ellas provenientes de *La Patilla* y *El Nacional*.

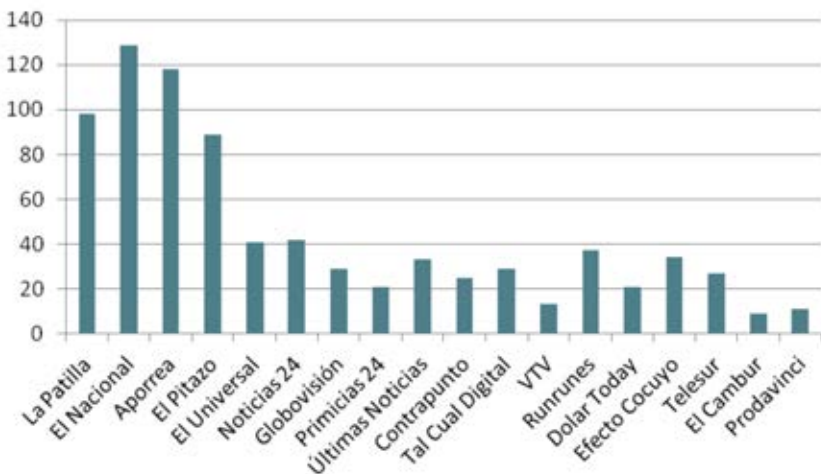
f. Distribución de contenido

Del contenido producido por los medios digitales estudiados, 69 % se corresponde con videos; 14 % con imágenes fotográficas (Fotogalería); 9 % caricaturas, 5 % infografías, 2 % entrevistas, 1 % crónicas, y menos de 1 % otros contenidos (poemas, comunicados, encuestas).

g. Distribución de videos

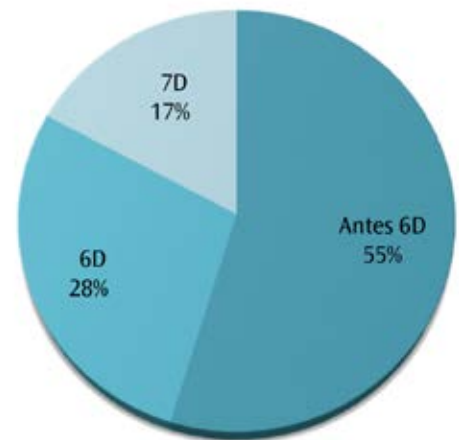
El Pitazo lideró la promoción de videos, infografías, crónicas y fotogalerías, a lo largo de todo el proceso electoral, intercalados con notas de prensa que enriquecían el contenido, de modo tal que fuese útil y atractivo para el lector, orientándose en varios focos de acción ubicados tanto en la región capital, como en diversos estados del país. Por ello, es posible concluir que la cobertura de este medio de comunicación produjo un aporte significativo al estudio mediático antes, durante y después del 6D.

GRÁFICO 4.
VOLUMEN DE PUBLICACIONES EL 7D



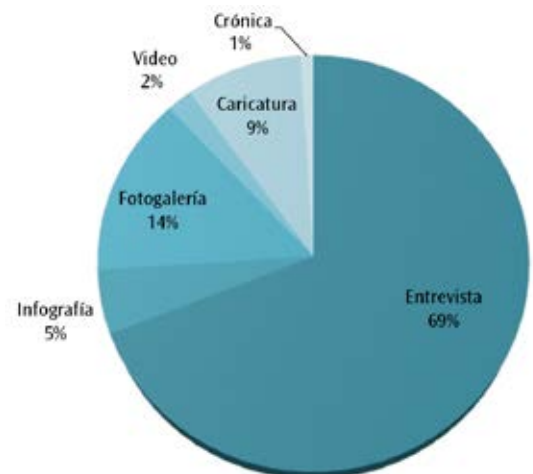
Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 5.
COMPARACIÓN DEL VOLUMEN DE PUBLICACIONES (%)



Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 6.
DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO



Fuente: los autores (2016)

IV. CONTENIDO Y CONVERSACIONES EN TWITTER (GRÁFICOS DEL 8 AL 16 Y CUADRO 3)

La muestra de los primeros quinientos influenciadores de Twitter en Venezuela, utilizada para describir cómo fueron las interacciones respecto de los contenidos distribuidos por los cibermedios, fue segmentada por áreas de interés según el perfil del influenciador. En tal sentido se identificaron los siguientes ítems: medios, cultura, gastronomía, salud, empresas, deportes, política oposición, política gobierno, entretenimiento, periodistas y *marketing*.

Las fracciones política gobierno, política oposición, entretenimiento, periodistas y *marketing*, con 41 %, 23 %, 16 % y 13 % de participación respectivamente, se destacaron entre las otras zonas de análisis por interactuar usando el RT con mayor énfasis, durante los trece días del estudio, lo que dejó a un lado otro tipo de interacciones en la red social tales como *like*, mención y cita.

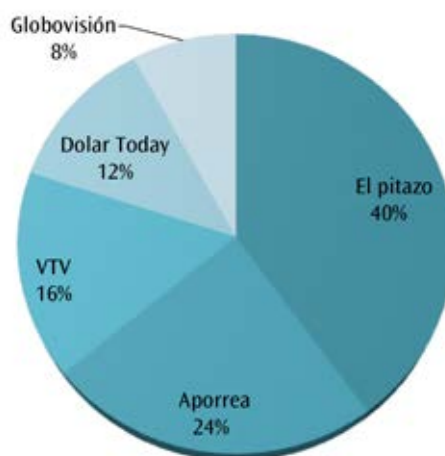
h. Cuentas en Twitter con mayor nivel de interacción

Durante el período estudiado, cada sector tuvo personajes que resaltaron al realizar el mayor número de RT a la información proporcionada por los medios de comunicación sobre la jornada electoral 2015. Nicolás Maduro (62 %) encabezó el conjunto de política gobierno, Ramos Allup (10 %) a la oposición, Titina Penzini (9 %) al gremio periodístico, la actriz Gaby Espino (9 %) al entretenimiento y los siguientes con menor porcentaje de participación hicieron referencia a los bloques cultura, gastronomía, salud, empresas y deportes.

Maduro hizo RT masivos especialmente a los medios *VTV*, *Telesur*, candidatos del PSUV para las parlamentarias y a miembros de la gestión gubernamental. Allup se enfocó en temas como la observación internacional del 6D, el triunfo de la oposición e irregularidades previas al 6D publicadas por *El Nacional* y *Tal Cual Digital*.

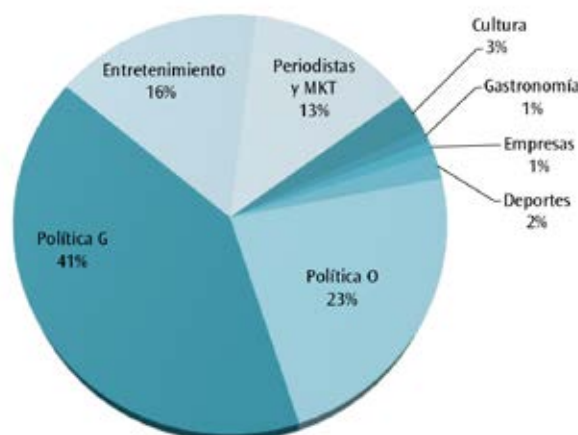
Durante el 6D, la periodista Titina Penzini abordó su interacción dando RT a las notas de *El Nacional* y *La Patilla* sobre delitos electorales, extensión del plazo para sufragar, la votación de los presos políticos y el regreso de María Alejandra Requena al país. Entretanto, Gaby Espino apoyó los mensajes de Leopoldo López,

GRÁFICO 7
DISTRIBUCIÓN DE VIDEOS POR MEDIO (%)



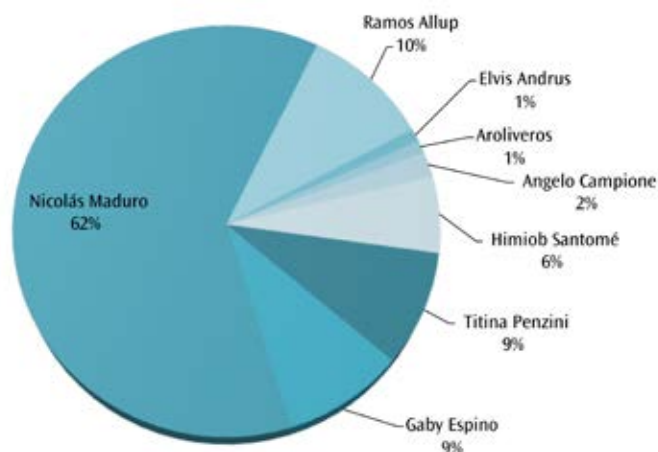
Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 8
INTERACCIONES EN TWITTER DURANTE EL PERIODO ESTUDIADO (%)



Fuente: los autores (2016)

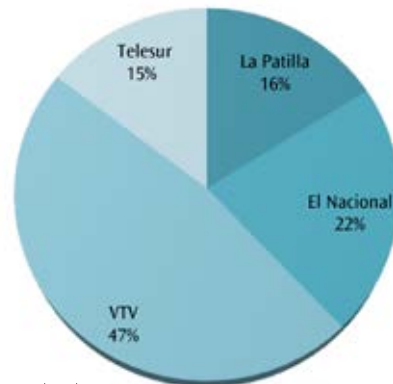
GRÁFICO 9
CUENTAS EN TWITTER CON MAYOR NIVEL DE INTERACCIÓN



Fuente: los autores (2016)

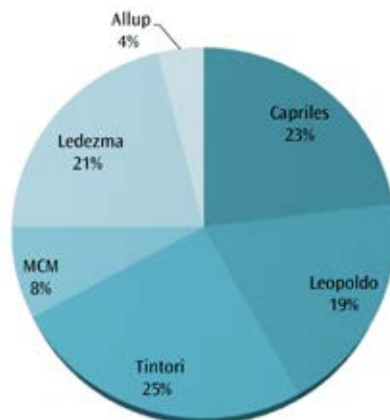
María Corina Machado y Alejandro Sanz publicados por *El Nacional*, *La Patilla* y *Runrunes* en Twitter. Los contenidos más destacados entre los representantes de cultura, gastronomía, salud, empresas y deportes, estuvieron relacionados con apoyo a la MUD, artículos de opinión y notas generales sobre el desarrollo de la jornada.

GRÁFICO 10
CIBERMEDIOS CON MÁS RT



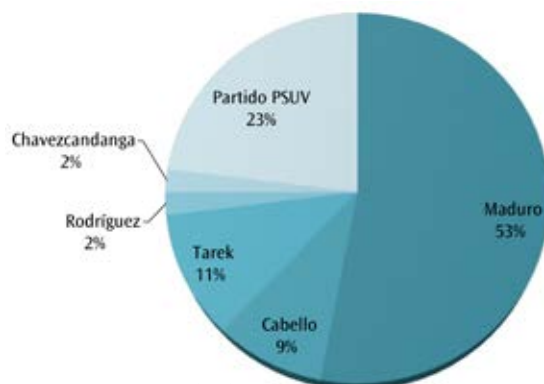
Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 11
ACTORES CON MÁS RT (OPOSICIÓN)



Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 12
ACTORES CON MÁS RT (OFICIALISMO)



Fuente: los autores (2016)

i. Cibermedios con más retweets

En materia de cibermedios el panorama de política gobierno posicionó a *VTV* (47%) y a *Telesur* (15%) gracias a la gran cantidad de RT que produjo solo este bando. La gráfica indica que *El Nacional* (22%) y *La Patilla* (16%) les siguen con un punto de vista más amplio donde el resto de los influenciadores participó espontáneamente.

En este caso se debe enfatizar que la postura gubernamental solo dio RT a los medios de comunicación que se encuentran bajo su orientación y a notas relacionadas con el oficialismo. Mientras que, tanto la oposición como el resto de los influenciadores en estudio, tuvo una participación amplia con otros medios no tan virales, sin interactuar con los puntos de vista del Gobierno.

Contrapunto, *El Pitazo*, *Dolar Today*, *Prodivinci*, *Efecto Cocuyo* y *El Universal* no lograron tantos RT como *La Patilla* y *El Nacional*. Igualmente, tuvieron una cuota de participación reconocida entre personajes de la MUD, opinadores y especialistas.

j. Actores con más retweets (oposición)

Lilian Tintori (25%), Leopoldo López (19%), Henrique Capriles (23%), Antonio Ledezma (21%), María Corina Machado (8%) y Ramos Allup (4%) son las cinco figuras de la oposición con más RT antes, durante y después del 6D por parte de los quinientos influenciadores, exceptuando a los seguidores del oficialismo.

k. Actores con más retweets (oficialismo)

De igual forma, Nicolás Maduro (53%), Partido PSUV (23%), Tarek El Aissami (11%), Diosdado Cabello (9%), Jorge Rodríguez y @Chavezcandanga con (2%), se sitúan en el *top cinco* de los personajes oficialistas con más interacciones por parte de la bancada del Gobierno.

l. Cibermedios con más retweets antes del 6D

Los cinco medios con más RT antes del 6D fueron: *VTV* (55%), *El Nacional* (13%), *La Patilla* (12%), *Noticias 24* (11%) y *Telesur* (8%). La lectura de estos volúmenes requiere precisar que *VTV*, *Telesur* y *Noticias 24* recibieron interacción mayoritaria por parte de los actores del Gobierno. En cambio, *El Nacional* y *La Patilla* adquirieron sus RT de los otros personajes de la muestra.

m. **Cibermedios con más retweets el 6D**

El Nacional fue el medio con mayor porcentaje de interacciones el 6D al posicionarse con 24% de preferencia por parte de la mayoría de los influenciadores. *VTV* y *Telesur* consiguieron casi 45% de RT obtenidos solo de los representantes del conjunto oficialista. El cuarto lugar lo ocupó *La Patilla*, al destacarse con 17% de interacciones provenientes de todos los segmentos estudiados en la data.

n. **Cibermedios con más retweets el 7D**

Tras conocerse los resultados de las elecciones, el 7D aumentó la interacción en *Runrunes*, *Dolar Today*, *Tal Cual Digital* y *Prodavinci*, respecto a los días anteriores. No obstante, los distinguidos por los usuarios de Twitter analizados en la muestra, continuaron siendo *El Nacional*, *La Patilla* y *VTV*, quienes mantuvieron un ritmo de publicación similar al del 6D, evidenciando el carácter basado en la distribución de contenido que deja a un lado el manejo de la red con concepto social.

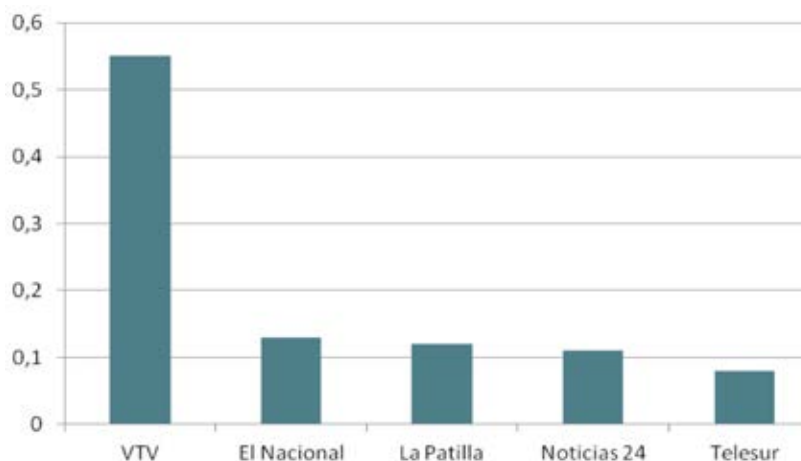
ñ. **Comparativo de retweets de cibermedios antes, durante y después del 6D**

Los RT en cibermedios disminuyeron a medida que se acercaba la fecha de las elecciones, sin embargo, al analizar este volumen de publicaciones se evidenció que los RT del 6D y 7D, casi igualan a la cantidad obtenida los once días anteriores; es decir que hubo una coincidencia importante en cuanto a producción de contenido y RT efectuados.

o. **Hashtags (HT) utilizados por cibermedios**

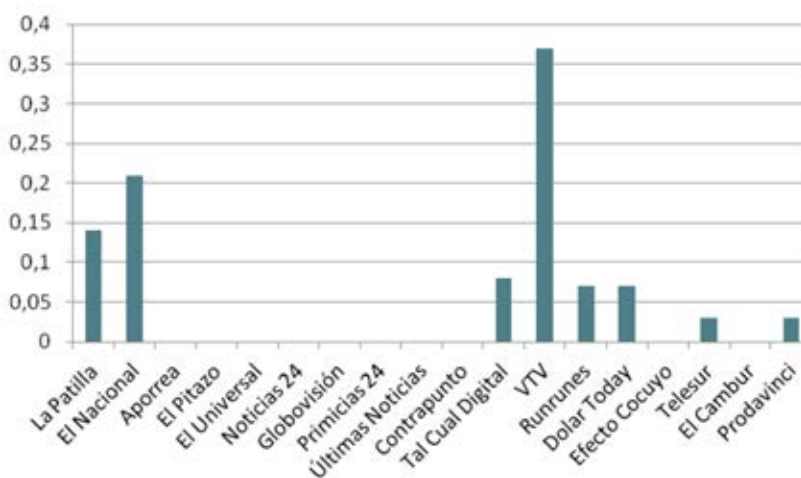
Aunque la percepción sugiere que el HT más utilizado por los medios de comunicación fue #6D, no se puede ignorar que cada cibermedio comunicó su contenido con etiquetas propias. El cuadro muestra los HT planteados por cada uno desde que inició la campaña hasta el 7D. Vale la pena enfatizar varios casos, como por ejemplo: *Noticias 24* empleó #8Millones1x10chavez, para posicionarse; *Primicias 24* usó #CaravanaDelCambio; *VTV* y *Telesur* se unieron a #A33mesesdetusiembracomandante; *Dolar Today* aprovechó #VenezuelaQuiereCambio y *Efecto Cocuyo* alimentó sus *post* con quince HT distintos relacionados con la temática.

GRÁFICO 13.
CIBERMEDIOS CON MÁS RT ANTES DEL 6D



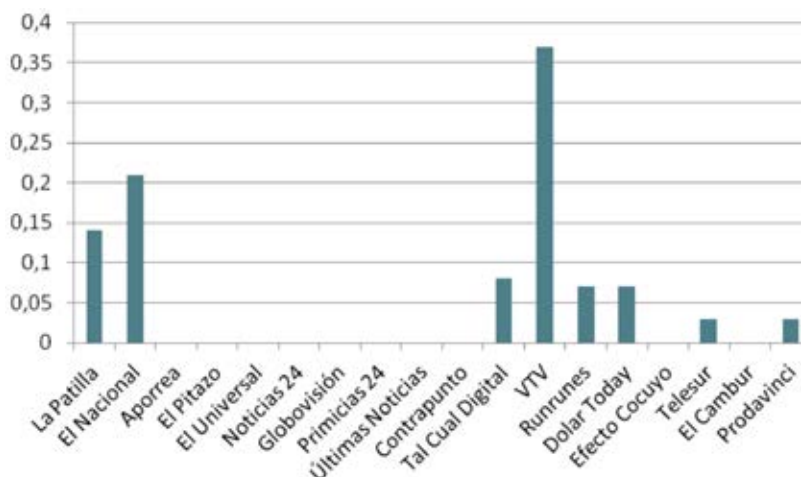
Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 14.
CIBERMEDIOS CON MÁS RT EL 6D



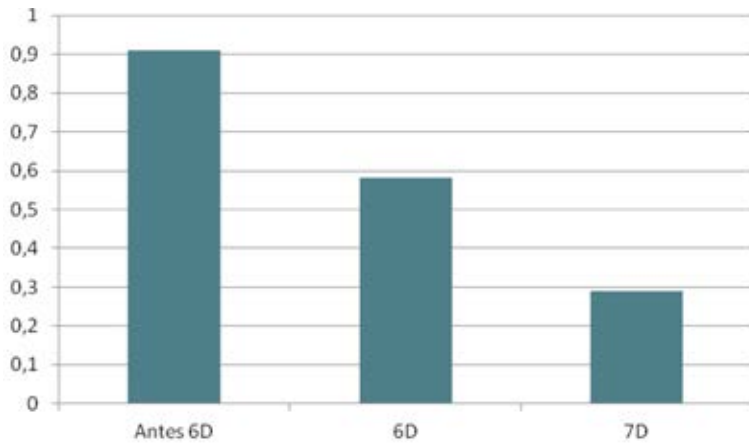
Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 15.
CIBERMEDIOS CON MÁS RT EL 7D



Fuente: los autores (2016)

GRÁFICO 16.
COMPARATIVO DE RETWEETS DE CIBERMEDIOS
ANTES DURANTE Y DESPUÉS DEL 6D



Fuente: los autores (2016)

CUADRO NÚMERO 3.
HT UTILIZADOS POR CIBERMEDIOS

Medio	HT
<i>La Patilla</i>	#6D #28NOV #7D
<i>El Nacional</i>	#TuVoto2015
<i>Aporrea</i>	#Opinión
<i>El Pitazo</i>	#Infografía #PitazoElectoral
<i>El Universal</i>	#Elecciones2015 #AN
<i>Noticias 24</i>	#ConvozyVoto #8Millones1x10chavez
<i>Globovisión</i>	#Titulares #AhoraEnGlobovision
<i>Primicias 24</i>	#caravanadelcambio
<i>Últimas Noticias</i>	#EleccionesParlamentarias2015 #Tuvoto
<i>Contrapunto</i>	#6D #Parlamentarias2015
<i>Tal Cual Digital</i>	#6D
<i>VTV</i>	#Parlamentarias2015 #Enfotos #A33mesesdetusiembracomandante
<i>Runrunes</i>	#6D
<i>Dolar Today</i>	#Yovoto6D #vota6D #Venezuelaquierecambio
<i>Efecto Cocuyo</i>	#CocuyoElectoral #SepaQue #Eldato #Iodice #Yovotoporque #mifelicidad #rutaelectoral #Reporte6D #cocutowhatsapp #testigo #Soundcloud #Avance #Ipinforma #Ahora #Resultados6D
<i>Telesur</i>	#Parlamentarias2015 #campañaelectoral #GPP #Venezueladecide #Enfotos #A33mesesdetusiembracomandante
<i>El Cambur</i>	#BuscaTuCentro
<i>Prodavinci</i>	#6D #MonitoreoProdavinci #imamundi

Fuente: los autores (2016)

V. CONCLUSIÓN ¿CONTRAHEGEMONÍA?

La observación del uso del contenido generado por los cibermedios en el contexto de la conversación digital sobre los comicios parlamentarios revela, preliminarmente, que antes, durante y después del 6D, cibermedios y periodistas desempeñaron un rol bastante similar al proporcionar información en sus redes sociales sin mostrar una mayor interacción con quienes les siguen. Este aspecto es particular porque el uso de la red social Twitter pierde su concepto original, al convertirse en un distribuidor de contenido automático que solo impulsa una comunicación unidireccional. Vale decir, además, que la interacción es un factor descriptivo de la autonomía conversacional, fundamental para caracterizar la capacidad de desarrollar estrategias contrahegemónicas en el entorno digital.

Antes, durante y después del 6D los medios de comunicación informaron sobre la agenda de campaña y los hechos vinculados a ella, pero fueron los influenciadores vinculados a la política, deportes, entretenimiento, salud, gastronomía y cultura, quienes estimularon la conversación apoyando con un RT a ciertos titulares e incorporándolos como argumentos dentro de la conversación.

La eficacia de la conversación tuvo variaciones importantes según el tipo de afiliación política. El segmento opositor produjo tanto contenido como RT mientras que los oficialistas solo usaron la estrategia de hacer RT a los medios de su entorno, dejando a un lado la producción de contenido útil para los usuarios, los periodistas de ambos bandos se comportaron de modo equivalente, en concordancia con los medios representativos de los bandos. Resulta evidente que la oposición movió las redes sociales para generar conversación, pues no cuentan con medios de comunicación tradicionales que distribuyan información masivamente, precisamente, por efecto de la hegemonía comunicacional. Cabe señalar que de la muestra de influenciadores analizada es remarcable el hecho de que los representantes de entretenimiento, salud, gastronomía y cultura, no apoyaron a los medios identificados con el Gobierno, al contrario, interactuaron con medios inclinados a la oposición o con posturas más equilibradas.

Sobre la calidad de la cobertura de los comicios desde los cybermedios, cabe señalar que si bien el contenido de *El Pitazo* estuvo bien posicionado, en comparación con el de *El Nacional* o *La Patilla*, al no obtener tantas interacciones posiblemente le haga falta trabajar en darse a conocer y en posicionarse en la red, para hacer ver que la producción de su información es precisa y se apalanca en una mayor variedad de géneros periodísticos que enriquecen las pautas de producción para acercarse a sus lectores. Por su parte, *El Nacional* y *La Patilla*, abarcaron tanto contenido que sobrecargaron a los lectores, con lo cual se hacía imposible efectuar un seguimiento humano a la cobertura informativa que ambos medios estaban ofreciendo. Ello hace pensar si dentro de la estrategia de servicio informativo de estos medios acaso se consideró como más importante el volumen de información suministrada que el alcance de la conversación. En cuanto a otros canales estudiados, *Globovisión*, *VTV*, *Telesur*, *Noticias 24* y *Aporrea*, solo respondieron a situaciones enlazadas al Gobierno.

La conversación en la red se desaprovecha cuando no se dan respuestas, cuando no se interactúa y cuando el operador inicial no emplea la información de valor para generar movimientos que enriquezcan la comunidad cibernética, sino solo para beneficio exclusivo de la agenda de un medio o de un actor, mediante la mera transmisión de contenidos con un criterio limitado al crecimiento de los volúmenes de información, el mercadeo digital o la autopromoción. El propósito de una red social es “ser” social, cosa que medios y periodistas parecen no haber respetado en el contexto de esta campaña. La baja interactividad parece indicar que los cybermedios estarían usando la herramienta digital como un trampolín para mercadearse, dejando a un lado el diálogo que se establece a partir de sus propias informaciones. Por ello, se considera que el medio debería empoderar más al usuario, al romper la barrera unidireccional, para iniciar una conversación en la que todos participen abiertamente y obtengan respuestas a sus inquietudes, so pena de estar sirviendo, no a estrategias contrahegemónicas, sino hegemónicas de signo contrario.

Referencias

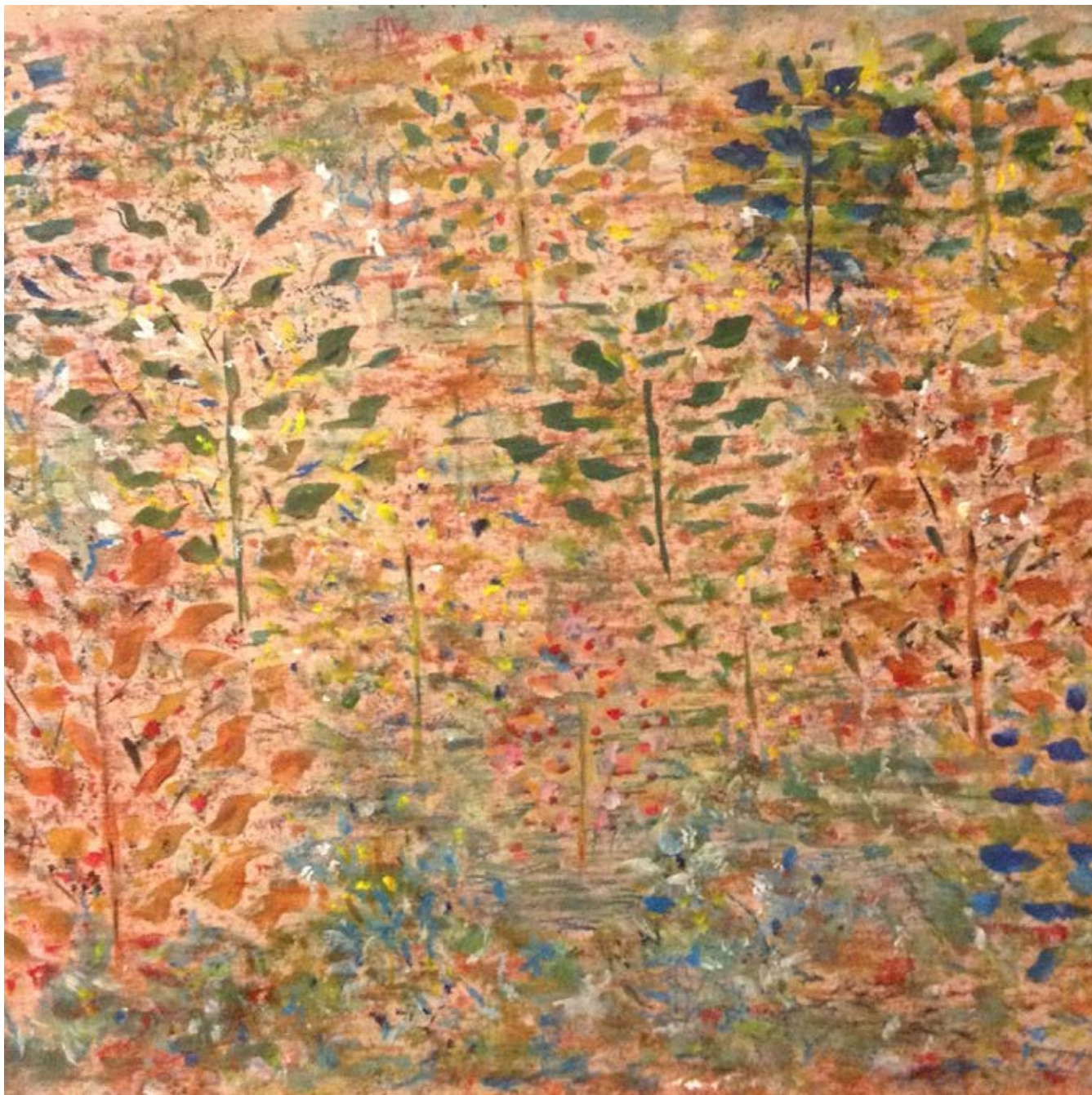
- BISBAL, M. et al. (2013): *Saldo en rojo. Comunicaciones y cultura en la era bolivariana*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello / KAS.
- CASTELLS, M. (2012): *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Barcelona: Alianza editorial.
- DELGADO, C. (2015): “Venezuela: periodismo en transición”. En: revista *Temas de Comunicación*, número 30. Centro de Investigación de la Comunicación, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.
- (2014): “#12F La rebelión digital” (con Gabriela Arenas de Meneses). En: revista *Comunicación* número 166. Caracas: Fundación Centro Gumilla (julio de 2014).
- GRAMSCI, A. (2000): *Cuadernos de la cárcel*. Edición crítica del Instituto Gramsci a cargo de Valentino Gerratana. México: Ediciones Era, Universidad Autónoma de Puebla. [Primera edición en italiano, 1975]
- PUYOSA, I. (2014): *El contagio de ideas políticas, la identidad colectiva y los movimientos sociales en redes*. Ponencia para el XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación ALAIC, Perú.
- (2012): “Conectados versus Mediáticos. ¿Politizados o des-politizados?” En: *Disertaciones. Anuario de Estudios en Comunicación Social*. Vol. 5, No 1 (Julio). Mérida. Universidad de Los Andes / Universidad Complutense de Madrid.

CARLOS DELGADO FLORES

Periodista, Magister en Comunicación Social. Director del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Profesor de pregrado y postgrado en la UCAB y la UCV. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación.

ANYINET SALOM

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello. Socia directora de Actual Brand y Bepragma CA Comunicaciones.



GALERÍA DE PAPEL RODRIGO AGUILAR / 2016

Redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello

Análisis del uso de las redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello, durante el primer trimestre del año 2015. Se encuestaron 381 estudiantes en el mes de abril de 2015, utilizando el método de muestreo no probabilístico por cuotas, con preguntas en escala de Likert para medir el uso de las redes sociales para la participación cívica y política. Los estudiantes reportaron utilizar casi nunca las redes sociales para la participación cívica y política. También reportaron participar a veces en conversaciones sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos, siendo la actividad cívico-política más preponderante.

Analysis of the usage of social media for the civic and political participation of pregrade students from the Catholic University Andrés Bello, during the first trimester of the year 2015. 381 students were surveyed on the month of april 2015, using the using the method of non-probability quota sampling, with questions from the Likert scale to measure the use of social networks for civic and political participation. The student roported “almost never” when using social media to participate civicy and politically. Also reported “sometimes” when participating on conversations about social causes, community problems or political issues, being the most prominent civic and political activity.

RICHARD TAHAN

I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio planteó como objetivo principal analizar el uso de las redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de pregrado de la Universidad Católica Andrés Bello, durante el primer trimestre del año 2015. Para llevarlo a cabo se examinaron los principales enfoques teóricos sobre comunicación, política, ciudadanía y TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), se estudiaron las principales

investigaciones empíricas sobre uso de las redes sociales en el ámbito nacional e internacional y se diseñó una encuesta para conocer el uso de estas.

Por otra parte, la participación cívica se refiere a las acciones individuales o colectivas llevadas a cabo en las comunidades, como por ejemplo el voluntariado o el servicio comunitario (Andolina et al, 2006, c.p. Kee et al, 2009); mientras que la participación política da cuenta de acciones como votar o protestar que buscan influenciar al

Gobierno para impulsar políticas públicas (Verba et al, 1995, c.p. Kee et al, 2009).

II. ANTECEDENTES

Entre los antecedentes teóricos destacaron: *Comunicación y poder* por Manuel Castells (2009), texto en el que se conceptualiza la “auto-comunicación de masas” como una “nueva forma de

comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto” (Castells, 2009: 88); *La riqueza de las redes* por Yochai Benkler (2006), quien estudia los cambios estructurales que han provocado las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), hacia una “economía de la información en red” caracterizada por la “producción entre iguales basada en el procomún”: sistema de producción que depende de la acción individual auto-determinada y descentralizada, donde el “procomún” se refiere a una manera institucional de estructurar los derechos al acceso, uso, y control de recursos, siendo lo contrario a la “propiedad” (Benkler, 2006); *Excedente cognitivo* por Clay Shirky (2010), en el que describe cómo Internet engendra un valor agregado habilitando a los usuarios a tener una mayor participación en relación con medios masivos como la televisión, aprovechando sus motivaciones (intrínsecas, extrínsecas), aspecto psicológico fundamental para comprender la diversidad de proyectos emprendidos en red, fomentando la creatividad y la innovación y, por último, brindando nuevas oportunidades para la producción social, la cual no es una utopía y para que sea útil, necesitará que desarrollemos una cultura con prácticas comunitarias donde el valor sea compartir, pero esto requiere compromiso, trabajo duro, dirigencia, enfoque, utilizando estas herramientas más que para el entretenimiento (Shirky, 2010).

Además, se ha conceptualizado la aparición de la figura del “prosumidor” como un “individuo ‘productor’ de nuevos mensajes que sabe organizar los recursos necesarios para generar

un contenido creativo e innovador” (García, Ramírez, y Rodríguez, 2014: 16) y la “infocidadanía” definida como “la expresión de una identidad política en la Web, condicionada por la identidad política que el ciudadano ya posee en los espacios fuera-de línea, pero modificada por la participación en la conversación política en los espacios sociales de la Web” (Puyosa, 2010: 12).

Entre los antecedentes empíricos destacaron cinco (5) estudios: 1) *Facebook use and college students’ life satisfaction, trust, and participation* por Kee, Park, y Valenzuela (2009); 2) *Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa* por Del Hoyo, Fernández y García (2014); 3) *Estudio de participación socio-política en Venezuela: una aproximación cualitativa* por España (2008); 4) *Los electores venezolanos, menos mediáticos más conectados* (Puyosa, 2012); 5) *Estudio: redes sociales hábitos y usos* por Bisbal y Nicodemo (2011).

III. DISEÑO

Investigación: documental y de campo. Método: cuantitativo. Técnica de recolección de datos: cuestionario de preguntas cerradas. Se seleccionó la escala de Likert para sondear la frecuencia de uso en participación cívica y política (1 = *nunca*; 5 = *todo el tiempo*). Se empleó el muestreo “no probabilístico por cuotas”, el cual requirió obtener datos estratificados por edad, sexo y carrera directamente de la oficina de control de estudios de la UCAB, sede Montalbán. Tamaño de la muestra: 381 estudiantes de pregrado de la UCAB, sede Montalbán. Se tomó como referencia el estudio elaborado por Bisbal y Nicodemo (2011), el cual utilizó el método no probabilístico por cuotas para hacer un sondeo en el mismo espacio (UCAB), con una población de prácticamente las mismas características (estudiantes), pero en años distintos (2011/2015). El presente estudio se basó en tres factores que sirven para determinar el número de casos, según Baptista, Fernández-Collado, Hernández (2006): 1) *capacidad operativa de recolección y análisis*: se contó con un (1) investigador para realizar las encuestas, organizar los datos, y analizarlos; también se dispusieron de diez (10) días hábiles, es decir, dos (2) semanas de clases, del 14 al 28 de abril, para

Internet engendra un valor agregado habilitando a los usuarios a tener una mayor participación en relación con medios masivos como la televisión, aprovechando sus motivaciones (intrínsecas, extrínsecas), aspecto psicológico fundamental para comprender la diversidad de proyectos emprendidos en red.

Tabla 1: primera parte de la encuesta (redes sociales)

Instrucciones: por favor marque con una "X" todas las:

- redes sociales que conoce
- redes sociales en las que está registrado(a)

Redes sociales	Conozco	Estoy registrado(a)
Facebook		
Twitter		
MySpace		
YouTube		
Tinder		
Instagram		
LinkedIn		
Tumblr		
Kickstarter		
IndieGoGo		
Tuenti		
Vine		
Sonico		
Hi5		
Vimeo		
Snapchat		

Tabla 2: segunda parte de la encuesta (grupos socio-políticos)

Instrucciones: por favor marque con una "X" todos los:

- grupos a los que pertenece actualmente
- grupos que, en el año 2015, han motivado su participación en una convocatoria

Grupos	Pertenece actualmente	En el año 2015, han motivado mi participación en una convocatoria
Religioso		
Político		
Consejos Comunales		
Sociedad de padres/comunidad educativa		
Asociaciones de vecinos/junta de condominio		
Organismo no gubernamental (ONG)		
Sindicato		
Grupos conciencia cívica/ciudadana		
Gremio		
Asociación comercial/empresarial		
Medio de comunicación comunitario		
Movimiento estudiantil o grupo juvenil		
Cultural		

Tabla 3: tercera parte de la encuesta (participación cívica y política, escala de Likert)

Instrucciones: por favor marque con una "X" solo una (1) de las opciones que mejor describa la frecuencia con que ha utilizado las redes sociales para realizar las siguientes actividades durante el año 2015

En el año 2015, he utilizado las redes sociales para:	Todo el tiempo	Casi todo el tiempo	A veces	Casi nunca	Nunca
1) Informarme sobre jornadas/convocatorias en las que pueda participar para resolver los problemas de mis comunidades o apoyar causas sociales					
2) Informarme sobre jornadas/convocatorias en las que pueda participar para influenciar los programas de gobierno o la elección de quienes dirigen programas de gobierno					
3) Conveniar, compartir, comentar, reeditar, posicionar hashtags, o comunicar los problemas de mis comunidades o las causas sociales que apoyo					
4) Conveniar, compartir, comentar, reeditar, posicionar hashtags, o comunicar sobre asuntos políticos o programas de gobierno					
5) Animar a otros a participar en jornadas o convocatorias con el objetivo de resolver los problemas de mis comunidades o apoyar causas sociales					
6) Animar a otros a participar en jornadas o convocatorias con el objetivo de influenciar los programas de gobierno o la elección de quienes dirigen programas de gobierno					
7) Donar o recaudar dinero para una organización comunitaria o una organización no gubernamental (ONG) que busca resolver problemas comunitarios o sociales					
8) Donar o recaudar dinero para un partido/movimiento político o una organización que busca afectar programas de gobierno o la elección de quienes dirigen programas de gobierno					
9) Firmar peticiones online de una organización comunitaria o una organización no gubernamental (ONG) que busca resolver problemas comunitarios o sociales					
10) Firmar peticiones online de un partido/movimiento político o una organización que busca afectar programas de gobierno o la elección de quienes dirigen programas de gobierno					

realizar las encuestas. 2) *entendimiento del fenómeno*: no se estima una “saturación de las categorías” antes de los 381 estudiantes, en cambio, se requiere acercarse a ese número para obtener una

mejor cartografía de los hábitos y actitudes que se quieren conocer. 3) *naturaleza del fenómeno bajo análisis*: no fue complicado para el investigador realizar las encuestas a los estudiantes en el lugar y tiempo determinado. También es importante destacar que los estudiantes contestaron sus preguntas en formato “autoadministrado”: un total de 332 participantes respondieron la encuesta digitalmente haciendo uso de la aplicación *Pages* en un iPad, los otros 49 respondieron en papel y se les proporcionó un bolígrafo. Se llevó a cabo este método para minimizar costos y agilizar el sondeo. Por último, cada pregunta se fundamentó teórica y empíricamente con los antecedentes de la investigación.

IV. PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA ENCUESTA

De los 381 estudiantes encuestados, estos fueron los principales hallazgos:

- Las cinco (5) redes sociales/plataformas más conocidas son: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat.
- Las cinco (5) redes sociales/plataformas menos conocidas son: IndieGoGo, Kickstarter, Tuenti, Vimeo, Pinterest.
- Las cinco (5) redes sociales/plataformas con más registros son: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat.
- Las cinco (5) redes sociales/plataformas con menos registros son: IndieGoGo, Kickstarter, Tuenti, Vimeo, Tinder.
- 61,16 % de los estudiantes encuestados reportó pertenecer al menos a un (1) grupo de participación cívica y política.
- 57,74 % de los estudiantes encuestados reportó haber participado en al menos una (1) convocatoria de al menos un (1) grupo cívico-político entre enero-abril de 2015.
- Los cinco (5) grupos cívico-políticos que registraron un mayor número de colaboradores o una mayor pertenencia son: Religioso (34,5 %), Movimiento estudiantil o grupo juvenil (22,83 %), Cultural (19,16 %), Político (11,55 %), Asociación de vecinos/junta de condominio (9,97 %).
- Los cinco (5) grupos cívico-políticos que registraron una mayor participación en al menos una (1) convocatoria entre enero-abril de 2015 son: Movimiento estu-

ESTUDIOS

GRÁFICO 1
REDES SOCIALES QUE CONOCE Y ESTÁ REGISTRADO

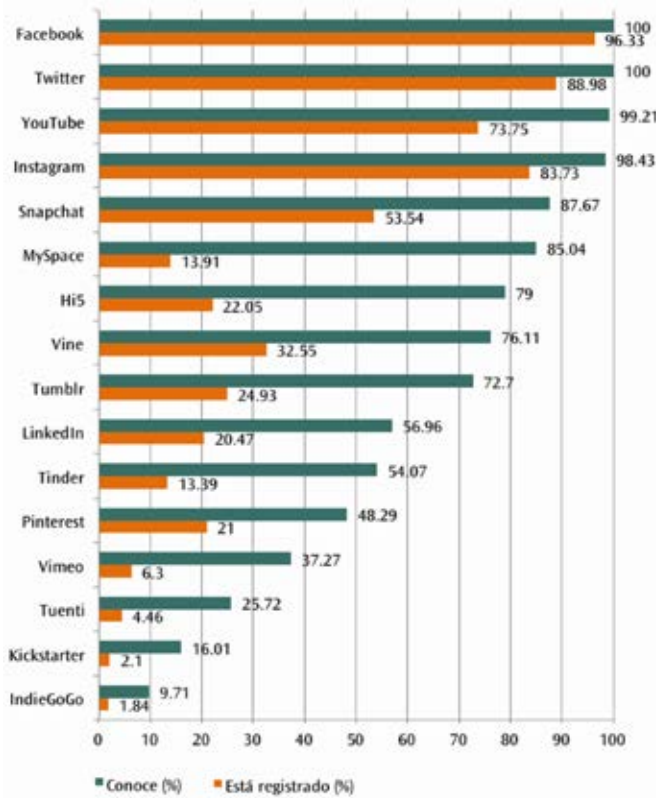
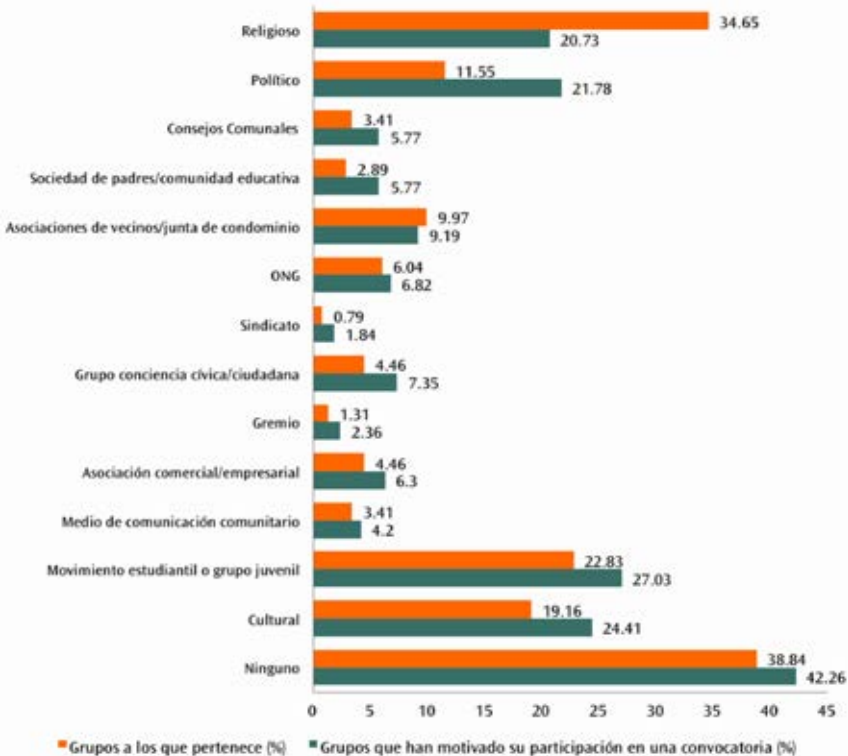


GRÁFICO 2
GRUPOS A LOS QUE PERTENECE Y GRUPOS QUE LO HAN MOTIVADO A PARTICIPAR EN UNA CONVOCATORIA EN EL AÑO 2015



diantil o grupo juvenil (27,03 %), Cultural (24,41 %), Político (21,78 %), Religioso (20,73 %), Asociación de vecinos/junta de condominio (9,19 %).

9. 38,84 % de los estudiantes encuestados, no pertenece a ningún grupo cívico-político, mientras que 42,26 % no participó en ninguna convocatoria entre enero-abril de 2015.
10. Por carrera, las cinco (5) que reportaron una mayor colaboración o pertenencia en grupos cívico-políticos son: Derecho (80,43 %). Economía (73,68 %), Educación (68,75 %), Psicología (67,57 %), Ciencias Sociales (62,5 %).
11. Al estratificar los grupos cívico-políticos por carrera, las cinco (5) que reportaron una mayor participación en al menos una (1) convocatoria entre enero-abril de 2015 son: Ciencias Sociales (68,75 %), Educación (68,75 %), Economía (68,42 %), Derecho (63,04 %), Comunicación Social (62,86 %).
12. Los estudiantes entrevistados, *casi nunca* utilizan las redes sociales para la participación cívica y política.
13. Los estudiantes encuestados *a veces* utilizan las redes sociales para conversar sobre los problemas de sus comunidades, las causas sociales que apoyan, o asuntos políticos, siendo estas conversaciones, la actividad cívico-política más importante que realizan en las redes.
14. Los estudiantes entre *casi nunca* y *nunca* utilizan las redes sociales para firmar peticiones *online*, donar o recaudar fondos.
15. Las cinco (5) carreras que más utilizan las redes sociales para la participación cívica y política se pueden distinguir en el siguiente orden: Derecho, Comunicación Social, Economía, Administración/Contaduría, y Psicología.
16. Los estudiantes de las carreras de ingeniería son quienes menos utilizan las redes sociales para la participación cívica y política.

GRÁFICO 3
PARTICIPACIÓN CÍVICA Y POLÍTICA EN REDES SOCIALES, PROMEDIOS EN ESCALA DE LIKERT



GRÁFICO 4
PARTICIPACIÓN CÍVICA Y POLÍTICA EN REDES SOCIALES, PROMEDIOS EN ESCALA DE LIKERT POR PREGUNTA

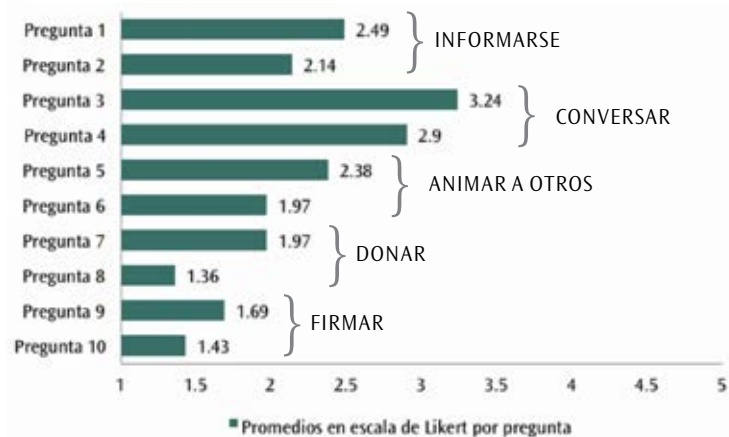


TABLA 4
HT UTILIZADOS POR CIBERMEDIOS

Pertenencia a grupos (%)	Participación en convocatorias (%)	Participación en redes sociales (escala Likert)
Derecho (80.43%)	Ciencias sociales (68.75%)	Derecho (2.63)
Economía (73.68%)	Educación (68.75%)	Comunicación social (2.25)
Educación (68.75%)	Economía (68.42%)	Economía (2.24)
Psicología (67.57%)	Derecho (63.04%)	Administración y contaduría (2.16)
Ciencias sociales (62.50%)	Comunicación social (62.86%)	Psicología (2.15)
Administración y contaduría (59.76%)	Psicología (62.16%)	Educación (2.14)
Ingeniería industrial (56.25%)	Administración y contaduría (56.1%)	Ciencias sociales (2.09)
Comunicación social (55.71%)	Ingeniería en informática (53.33%)	Letras (2.05)
Ingeniería en telecomunicaciones (55.56%)	Letras (50%)	Ingeniería civil (1.89)
Ingeniería civil (54.55%)	Ingeniería industrial (43.75%)	Ingeniería en informática (1.85)
Ingeniería en informática (46.67%)	Ingeniería en telecomunicaciones (43.75%)	Ingeniería industrial (1.83)
Letras (25%)	Ingeniería civil (36.36%)	Ingeniería en telecomunicaciones (1.79)

Descripción: Grupos organizados en cada columna de mayor participación a menor participación. No demuestra correlación o causalidad entre las variables presentadas, sino que se ordena la participación en sus distintas formas estudiadas, según las carreras de los estudiantes.

V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El siguiente análisis se basa en los antecedentes de la investigación y los hallazgos empíricos de la encuesta.

5.1. Comparación con los antecedentes empíricos de la investigación

5.1.2. Participación socio-política en Venezuela

La investigación de España (2008) es importante en cuanto representa uno de los estudios más valiosos que se ha elaborado a nivel nacional sobre

la participación socio-política. Sus hallazgos demuestran un conjunto de patrones culturales en la percepción de los ciudadanos sobre este tema.

Repasemos, muy brevemente, algunos de los resultados y conclusiones más relevantes para nuestro estudio:

1. 86 % considera “que la participación es para cambiar las condiciones actuales”.
2. Los seis grupos de participación ciudadana a los que los encuestados pertenecen: religioso (24,3 %); deportivo (5,9 %); cooperativa (3,9 %); consejos comunales (3,6 %);

En nuestro sondeo, los estudiantes casi nunca utilizan las redes sociales para la participación cívica y política, confirmando lo que incluso intuitivamente se puede concluir: que no hay nada inherente en la herramienta que te haga cumplir más deberes democráticos o ciudadanos.

político (3,4 %); sociedad de padres/comunidad educativa (3,4 %).

3. Participación y democracia: “Parecen inseparables la democracia y la participación. Son pocos los que consideran que es posible participar en un régimen distinto al democrático”.

4. El futuro de la participación social en Venezuela: 75 % de las personas no participa, pero ello no quiere decir que no valora la participación, aun así, “la participación social, aunque mayor y dotada de importancia por parte de los ciudadanos, sigue siendo como lo fue ayer, un instrumento para llamar la atención del sector público frente a las necesidades de las comunidades” (España, 2008: 213-226).

Vamos a enfocarnos en las principales diferencias entre la muestra estudiada por España y la de nuestra investigación, tomando en cuenta que la primera es regional/nacional, y la segunda solo representa a un grupo específico de estudiantes de la UCAB. La diferencia más relevante es que en el sondeo de España, 75 % de los entrevistados no reportó participación alguna; mientras que, de nuestro grupo de estudiantes, 61,16 % reportó pertenecer a algún grupo y 57,74 % reportó haber participado en al menos una (1) convocatoria entre enero-abril de 2015. Es decir, los estudiantes reportaron una participación mayor al promedio nacional de 2008. Sin embargo, tomemos en cuenta que, de esas estadísticas, la más comparable es la que indica la “pertenencia” en grupos. También consideremos que el estudio de España distribuye la participación en dieciocho grupos, mientras que nuestro estudio fijó un límite de trece; además, el primero presentaba una de sus más altas participaciones en grupos deportivos y cooperativas, ninguno de los cuales fueron incluidos en nuestro estudio. En ambas investigaciones, los grupos religiosos son los preferidos para participar: la pertenencia reportada por España fue de 24,3 % contra 34,65 % en nuestro estudio, el cual cae cuando se consideran los niveles de participación en al

menos una (1) convocatoria: 20,73 % entre enero-abril de 2015. Vemos, entonces, que se mantiene un patrón en ambas investigaciones: los grupos religiosos son de los más influyentes en la participación socio-política. Sin embargo, debemos decir que los estudiantes que sondeamos participan mucho más en grupos políticos, culturales, y juveniles (o movimiento estudiantil) que la muestra nacional de España, por lo que determinamos que nuestros estudiantes estuvieron por encima del promedio nacional de 2008, y mostraron una mayor diversidad en sus modos de participación.

5.1.3. Estudio sobre redes sociales, hábitos y usos

Nuestra investigación se construyó sobre la base del estudio Bisbal y Nicodemo (2011), quienes analizaron las redes sociales desde el consumo cultural. Esto nos permitió ampliar y actualizar algunos de sus hallazgos, como por ejemplo, los porcentajes de registros en redes sociales representados en el gráfico 1, el cual denota el amplio conocimiento que tienen los estudiantes sobre las redes sociales y da pistas sobre sus distintos usos, abriendo la posibilidad para profundizar su incidencia en futuras investigaciones.

Lo más resaltante es que en el estudio de Bisbal y Nicodemo (2011) los estudiantes casi nunca utilizaban las redes sociales para apoyar causas sociales, políticas, o religiosas. Esto se corresponde con los promedios de participación cívica y política en nuestros resultados. Además, Bisbal y Nicodemo (2011) indicaron que la información y la comunicación eran percibidas por los estudiantes como las características más “útiles” de las redes sociales. Tomando esto en consideración, también quisiera presentar otra perspectiva: a pesar de que el apoyo a causas cívicas y políticas no es elevado cuando se analiza en conjunto, sí hay una incidencia en las “conversaciones” que se generan en redes sociales, lo que evidencia que el espacio virtual no es tanto una “plaza pública” donde lo habitual sea protestar y manifestar, sino un “foro público” donde las personas se informan, debaten, y comparten proyectos. Incluso lo podemos llamar “hiperforo público” o un lugar donde los usuarios conversan haciendo uso del hipertexto, del multimedia, de la

interactividad, y de la reticularidad de los medios digitales. Actualmente, las redes sociales no son lugares a los que se acude frecuentemente para propagar la firma de peticiones *online*, la donación o recaudación de fondos, o la participación en ciertas convocatorias. Sin embargo, eso no quiere decir que no haya una conexión cívica y política. Preguntemos: ¿cómo se articulan las “conversaciones virtuales” con las “reales”?, ¿cómo se puede superar la “conversación *online*” para que tenga efectos sobre la “participación *offline*”?

5.1.4. Uso político de Internet y de los medios

A pesar de que nuestros estudiantes *casi nunca* participan cívica y políticamente en redes sociales, reportando una frecuencia promedio de *casi nunca*, sí demostraron utilizar las redes para *a veces* conversar sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos. En el estudio de Puyosa (2012), además, estar conectado se correlaciona con variables como juventud y un nivel de instrucción alto. Basándose en esto, Puyosa establece que: “los datos indican que la tendencia es a que los conectados se constituyan en mayoría. Esta tendencia pareciera ser irreversible dado que se correlaciona con nivel de instrucción y edad” (Puyosa, 2012: 59). Si esta tendencia se cumple, veremos que Internet cada vez más se convertirá en un “hiperforo público” donde confluirán un conjunto de mensajes, por un lado, y se estratificarán otros a modo de nichos, por el otro. Esto requerirá una preparación en alfabetización mediática, por lo que profundizaremos sobre estas implicaciones. Por ahora, basta con decir que los estudiantes de comunicación social, demostraron una participación en las redes sociales por encima del promedio, a pesar de no ser quienes más pertenecen a grupos socio-políticos.

5.1.5. Estudio de correlación entre capital social y Facebook

Los hallazgos de Kee, Park, y Valenzuela (2009) no apoyan la perspectiva popular de que quienes usan Facebook en exceso están necesariamente más aislados y menos conectados que usuarios moderados; sin embargo, también indican que esta red social no es la solución

más efectiva para mejorar la desconexión de los alumnos con los deberes ciudadanos y democráticos.

Aunque ambas investigaciones fueron estructuradas de manera distinta, vemos relaciones ejemplares. En nuestro sondeo, los estudiantes *casi nunca* utilizan las redes sociales para la participación cívica y política, confirmando lo que incluso intuitivamente se puede concluir: que no hay nada inherente en la herramienta que te haga cumplir más deberes democráticos o ciudadanos. Lo que sí parece ocurrir, sin embargo, es que la herramienta se utiliza como “extensión” de los conocimientos, actitudes, aspiraciones, y hábitos que los estudiantes tienen en sus vidas cotidianas, fuera del mundo virtual. Como bien estableció la investigación de Kee, Park, y Valenzuela (2009), si el individuo tiene un capital social elevado, Facebook no necesariamente va a perjudicar ese capital social. En cambio, lo que aquí proponemos es que puede, no ampliar, sino servir como “extensión” de ese capital social.

No debe ser mera coincidencia que los estudiantes de derecho sean a la vez quienes más reportaron pertenecer en grupos cívico-políticos, quienes estuvieron entre los grupos con una mayor participación en convocatorias entre enero-abril de 2015, y quienes obtuvieron un resultado muy por encima del promedio en cuanto a participación cívica y política en las redes sociales. A pesar de que nuestro estudio no establece una correlación directa entre esas variables, se remarca un claro patrón cuantitativo que podría conllevar a futuras investigaciones a responder: ¿es verdad que los estudiantes de derecho de varias universidades participan más que los de otras carreras? Si esa pregunta fuera contestada de manera afirmativa, también habría que indagar: ¿por qué los estudiantes de derecho participan más que los de otras carreras? Ya en esos proyectos tendríamos que explorar de manera cualitativa tanto las motivaciones intrínsecas como las extrínsecas, es decir, desde las gratificaciones que genera el

(...) a pesar de que el apoyo a causas cívicas y políticas no es elevado cuando se analiza en conjunto, sí hay una incidencia en las “conversaciones” que se generan en redes sociales, lo que evidencia que el espacio virtual no es tanto una “plaza pública” donde lo habitual sea protestar y manifestar, sino un “foro público”.

voluntariado en sí, hasta las gratificaciones fuera del voluntariado, como las remuneraciones salariales o las promociones profesionales.

5.1.6.- Las redes sociales en la participación social activa

Del Hoyo, Fernández y García (2014) concluyeron su investigación argumentando: primero, que las redes sociales no son solo espacios para la interacción con amigos o conocidos, sino que también pueden ser utilizadas con intenciones cívicas; segundo, para que las personas participen en convocatorias cívico-políticas, se deben considerar otras variables, fuera de lo virtual, como proximidad geográfica o factores emocionales.

El presente estudio puede confirmar la primera consideración, ya que en nuestros hallazgos se denota que los estudiantes, en promedio, *a veces* utilizan las redes sociales como “hiperforo público” para expresar sus inquietudes sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos. También podemos agregar que los estudiantes van más allá de las conversaciones cívico-políticas en redes sociales, realizando con más frecuencia otras actividades como informar, animar, firmar, o donar, solamente cuando demuestran tener otras capacidades y motivaciones desarrolladas y moldeadas fuera de Internet, como por ejemplo la alfabetización mediática y el compromiso o voluntariado en distintos grupos u organizaciones. En cuanto a la segunda consideración, con respecto a la participación en convocatorias o eventos, modificaría la afirmación de Del Hoyo, Fernández y García (2014) de la siguiente manera: variables como proximidad geográfica, social, emocional, así como la educación y el voluntariado, influyen y “confluyen” en el compromiso de los jóvenes en eventos que requieran de su solidaridad o cooperación.

Lo que destacamos es que para que las personas desarrollen esta forma de participación *online* deben confluir un conjunto de actitudes, motivaciones, conocimientos y hábitos que extienden las capacidades del capital social de los individuos a los medios.

VI. CONCLUSIONES

Considero relevante enfatizar dos de los principales hallazgos de la investigación:

1. Los estudiantes reportaron *casi nunca* utilizar las redes sociales para la participación cívica y política. Además, la carrera de derecho fue la mejor puntuada, por lo que, en base a los hallazgos empíricos así como los antecedentes de la investigación, se determina que confluyen un conjunto de actitudes, motivaciones, conocimientos y hábitos que extienden las capacidades de los individuos a los medios.
2. Los estudiantes *a veces* participan en “conversaciones” sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos, siendo la actividad cívico-política más preponderante. Se evidencia que hay un interés común en debatir estas inquietudes en las redes sociales como “hiperforo público”.

Considero que para entender estos hallazgos con mayor claridad, es importante establecer modos de participación ciudadana que en la teoría se entrecruzan pero que se deben distinguir:

1. Participación cívica y política en redes: como fuera concebida en esta investigación, está caracterizada por estándares de capital social que implican un uso complejo de las redes sociales e Internet. Las personas que cumplen con este parámetro realizan con frecuencia las siguientes actividades en las redes sociales e Internet: informarse sobre movimientos en los que puedan participar; conversar sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos; animar a otros a participar en convocatorias; firmar peticiones *online*; y donar o recaudar fondos para una causa u organización. Lo que destacamos es que para que las personas desarrollen esta forma de participación *online* deben confluir un conjunto de actitudes, motivaciones, conocimientos y hábitos que extienden las capacidades del capital social de los individuos a los medios.

2. Participación en redes como movimiento o estallido social: en este caso, las personas podrían no utilizar las redes regularmente para la participación cívica y política definida en el punto anterior, pero como sí participan en conversaciones a través de un “hiperforo público”, son susceptibles a respuestas emocionales que son transmitidas “viralmente” haciendo uso de un medio digital, hipertextual, multimedia, interactivo, y reticular. Donde la primera forma de participación debe ser desarrollada a través de “ritos” culturales en una confluencia de factores, esta segunda forma de participación es más intermitente, siendo su única constante las discusiones *online*, que bien pueden traspasar lo virtual para ir a lo real, o pueden simplemente quedarse en lo virtual sin lograr mayores efectos reales.

Las motivaciones de los individuos los llevan a ser socialmente productivos o a reforzar sus prejuicios. Consecuentemente, enseñar a las personas a sacarle provecho a sus nichos con responsabilidad, juicio, sobriedad, creatividad, innovación, y cooperación, parece una buena manera de enfocar la alfabetización mediática para una ciudadanía participativa, en vez de intentar imponer un criterio homogéneo y porque el capital social requerido para la participación cívica y política depende de una confluencia de factores que la educación en medios no podría inculcar por sí sola.

RICHARD TAHAN

Licenciado en Comunicación Social. Magister en Comunicación, mención Comunicación para el Desarrollo por la UCAB. Profesor de pregrado y postgrado en la UCAB.

Referencias

- BAPTISTA, P., FERNÁNDEZ-COLLADO, C., HERNÁNDEZ, R. (2006): *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- BENKLER, Y. (2006): *The wealth of nations: how social production transforms markets and freedom*. EEUU: Yale University Press. Recuperado el 09/07/15 de: http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf
- BISBAL, M., NICODEMO, P. (2011): *Estudio: redes sociales hábitos y usos*. Recuperado el 09/07/15 de: <http://www.slideshare.net/espaciopublico/estudio-redes-socialesucab>
- CASTELLS, M. (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- (2012): *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- DEL HOYO, M., FERNÁNDEZ, C., GARCÍA, M. (2014): “Jóvenes comprometidos en la red: el papel de las redes sociales en la participación social activa”. En: revista *Comunicar*, volumen XXII (número 43), pp.35-43. Recuperado el 09/07/15 de: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=43&articulo=43-2014-03>
- ESPAÑA, L. (2008): *Estudio de participación socio-política en Venezuela: una aproximación cualitativa*. Recuperado el 09/07/15 de: http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/SIC2008705_207-226.pdf
- GARCÍA, R., RAMÍREZ, A., RODRÍGUEZ, M. (2014): “Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora”. En: revista *Comunicar*, volumen XXII (número 43), pp.15-24. Recuperado el 09/07/15 de: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=43&articulo=43-2014-01>
- KEE, K., PARK, N., VALENZUELA, S. (2009): “Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students’ life satisfaction, trust, and participation”. En: *Journal of computer-mediated communication*, volumen 14 (número 4), pp.875-901. Recuperado el 12/04/15 de: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x/epdf>
- PUYOSA, I. (2010): “Ciudadanía en la red o la vanguardia de un proceso revolucionario”. En: revista *Comunicación*. Recuperado el 09/07/15 de: http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2010150_10-15.pdf
- (2012): “Los electores venezolanos, menos mediáticos más conectados”. En: revista *Comunicación*. Recuperado el 09/07/15 de: http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2012158_56-60.pdf
- SHIRKY, C. (2010): *Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age*. New York: The Penguin Press.

CONSIDERA DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

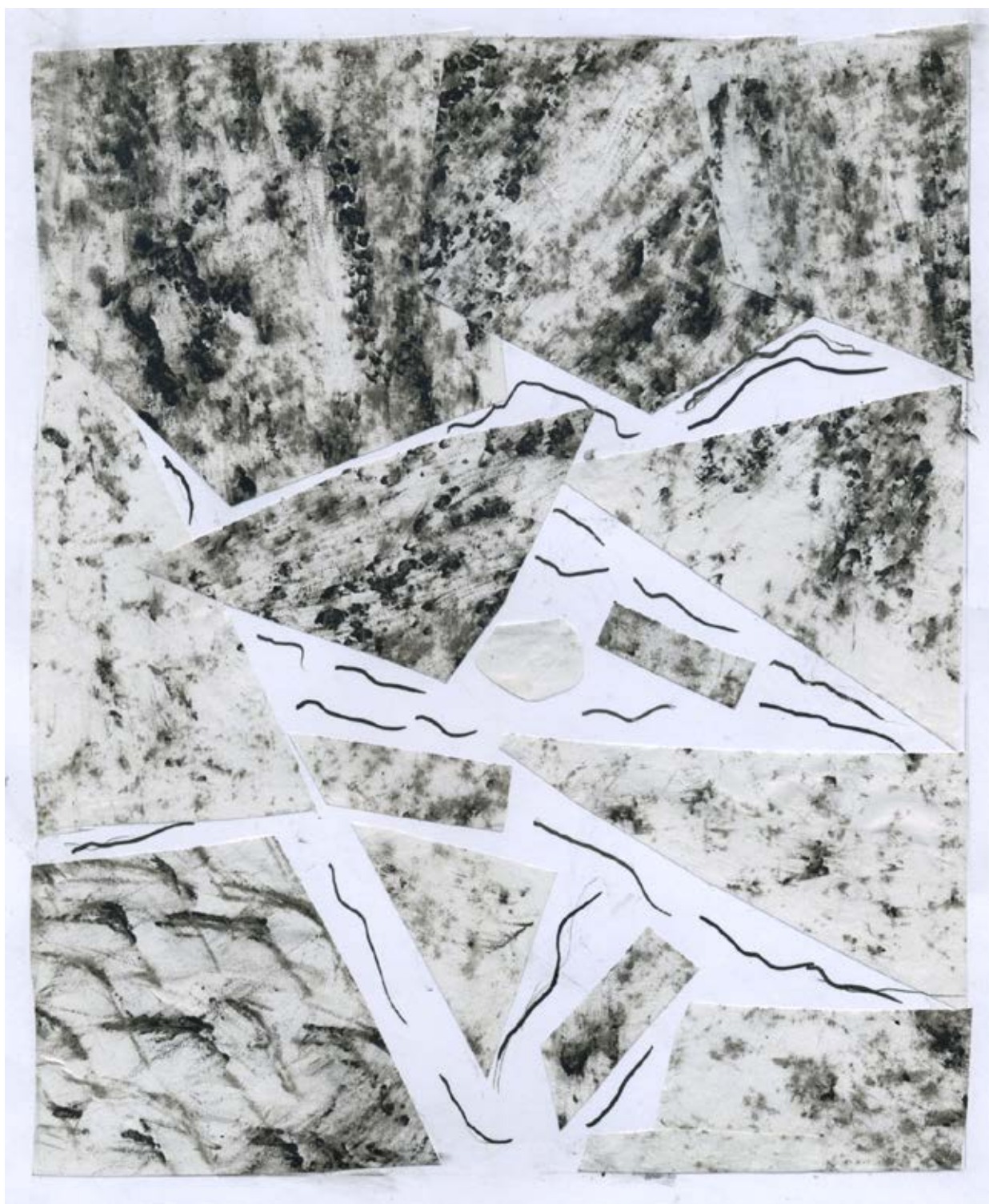
DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE

DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE DIRITTO A CREDITO FISCALE



GALERÍA DE PAPEL MARY ZAITZMAN / 2016

Radio y televisión: una irresuelta prioridad

Presentamos a nuestros lectores un Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión, preparado por el Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público (RTSP), que se introdujo ante la Comisión del Poder Popular y Medios de Comunicación de la nueva Asamblea Nacional. Pero antes, a modo de marco introductorio, se ofrece un texto en donde el profesor e investigador Antonio Pasquali nos discute acerca de la realidad de la radio y televisión venezolana como una irresuelta prioridad. La idea es plantearnos la necesidad de alcanzar, coordinando grandes ambiciones, una radiotelevisión de servicio público para que logremos darnos una comunicación libre, plural y creíble, que genere una democracia de calidad.

ANTONIO PASQUALI

Radio y TV, los dos medios de más alta penetración que peor cumplen con su cometido por irresueltos problemas estructurales y políticos.

Por un lado la escasa propensión a la lectura, una carencia crónica de alternativas para el disfrute del tiempo libre y una retardada penetración de Internet (a lo que se suman hoy inseguridad e inflación), hacen que las caseras y gratuitas radio y televisión sigan siendo el conector casi único a la realidad, la información, la cultura y el espectáculo. ¡Nada menos! Concluida su educación formal, millones de venezolanos solo acudirán por el resto de sus vidas, para informarse, aprender y entretenerse, a una radiotelevisión convertida *de facto* en una suerte de ministerio de educación-bis; una realidad que en Venezuela nadie quiere ver ni asumir. Ese papel sucedáneo, entre nosotros de dimensiones macro, es mejor comprendido en otras partes. He ahí por qué las 56 democracias que aseguran a sus ciudadanos

una radiotelevisión de servicio público asignan a ese ministerio-bis presupuestos que pueden promediar 36 % de su gasto universitario: 2.000 millones de dólares en Estados Unidos, pero unos 4.000 millones de euros en países europeos (compárese con los risibles 400.000 dólares anuales a VTV o los 200.000 a *Telesur*).

Por otro lado, más que en el resto de la región, nuestra radio y TV (la privada y la gubernamental por igual) se fueron arrogando un prepotente y faccioso papel político que trasciende todo límite aceptable, y obviemos recordar episodios demostrativos. Comercio y gobiernos, los dos grandes emisores del país, han abusado hasta la náusea de su poder comunicacional en ambos medios, restándoles tareas informativas y educativas para asignarles un fuerte papel político que los convirtió en auténticos protagonistas de la historia patria. A las muy antiizquierdistas “cadenas” meridianas de la Cámara de la Industria de la Radiotelevisión sucedieron las kilomé-

tricas y muy antiderechistas de Chávez y Maduro, a una hegemonía mercantil otra gubernamental, al lucro la ideología. Intoxicada por ese duopolio de encontrados intereses, a la sociedad se le ocultó siempre lo que una radiotelevisión libre, pluralista y de calidad puede ser y hacer.

El poschavismo venidero es la oportunidad histórica de dar solución a esos problemas diseñando un sistema de emisores plurales inductor de democracia sin restaurar malos modelos pasados. La actual Asamblea habrá de dar los primeros pasos en esa dirección, proporcionando a futuros gobernantes una visión sistémica, libertaria, republicana, complementaria y no competitiva del emitir y del recibir, que priorice las diversas necesidades del usuario más que los intereses del emisor y garantice pluralismo, libres contenidos y mejor calidad expresiva. Al emisor de proximidad o comunitario habrá que blindarle su libertad ante el dinero y los gobiernos, y al privado menos discrecionales concesiones a cambio de un *gentlemen's agreement* por la calidad (no de contenidos) con la nación. Los gobiernos ya no serán emisores discrecionales al amparo del execrado artículo 10 de la ley resorte; los presidentes dispondrán de algunos minutos “en cadena” los 31 de diciembre para desear el feliz año al país, como en todas las grandes democracias del mundo a cuyo grupo queremos volver a pertenecer.

Para lograrlo, luce imprescindible colocar al lado de la comunitaria y de la privada una tercera fuente emisora: una radiotelevisión de servicio público de coberturas totales, alta calidad, *par condicio* política y taxativamente no gubernamental, una *BBC* criolla que atienda mayorías y minorías y sea modelo de pluralismo, calidad y credibilidad en el país y la región. “No somos Suiza” gritarán los gatopardos; pero salvar a Venezuela pasa por intentar parecerse más a Suiza y menos a Zimbabue o Corea del Norte. Nada de paños calientes, de decisiones inconexas y personalistas, de minimalismos. Es el momento de coordinar grandes ambiciones, de darnos una comunicación libre, plural y creíble que genere una democracia de calidad.

ANTONIO PASQUALI

Egresado de la UCV. Fundó en 1958 el Centro Audiovisual del Ministerio de Educación y en 1974 el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco). Ha sido en 1984-86 subdirector general de Unesco, a cargo del sector Comunicación.

Medios públicos

JESÚS URBINA SERJANT

La expresión *medios de servicio público* está bien establecida en la doctrina europea de las obligaciones de servicio público en el uso del espectro radioeléctrico, y muy extendida en la legislación reguladora de los servicios de radio y televisión sostenidos con fondos públicos. Para la Unión Europea de Radio-Televisión (EBU, por sus siglas en inglés), que es la mayor alianza de servicios públicos de radiotelevisión en la casi totalidad de Europa occidental y oriental, ese término es el que unifica la concepción de servicios de comunicación radioeléctrica independientes tanto de factores estatales como de corporaciones privadas. La Unesco emplea el término *public service broadcasting* para referirse a los sistemas radioeléctricos dedicados a la atención del interés público universal en el uso de frecuencias de radiodifusión sonora y televisión (de señal abierta, en general). En Norteamérica la referencia al *public service* es generalmente aceptada como inherente a la acepción general de sistema de radiodifusión pública (*public broadcasting system*). Las experiencias latinoamericanas de servicios públicos de radiotelevisión han sido menos unificadoras que las del norte del continente. Es frecuente, no obstante, que las normas de regulación usen indistintamente las expresiones “radiodifusión pública”, “radio y televisión públicas” y “medios públicos”. Aparte de las inconclusas iniciativas del Proyecto Ratelve y la propuesta de ley del Comité para una Radio-Televisión de Servicio Público, la única vez que el término *radiodifusión de servicio público* se ha empleado en norma firme es en el caso del reglamento de radio y TV comunita-

La Unesco emplea el término *public service broadcasting* para referirse a los sistemas radioeléctricos dedicados a la atención del interés público universal en el uso de frecuencias de radiodifusión sonora y televisión (de señal abierta, en general).

rias (2001), recientemente derogado por la Ley de Comunicación del Poder Popular (2015). El empleo de la expresión *medios públicos* en Venezuela se ha ampliado en la última década, tanto desde el espacio mismo de las empresas gubernamentales de radio y televisión que han estado en continua expansión como estrategia hegemónica del régimen instaurado por Hugo Chávez, como del lado de los críticos de tales prácticas concentradoras y orientadas de modo partidista e ideológico. En la conversación pública son corrientes las referencias a esa acepción. Y aunque es generalmente notoria la carga negativa que lleva la mención –por el rechazo a la manipulación gubernamental de esos medios–, también es un importante elemento semántico el hecho de que la crítica social creciente supone la necesidad del cambio político para “recuperar los medios públicos” (frase común en redes sociales y declaraciones de voceros de la oposición democrática). La idea de *medios públicos* no está desacreditada, sino el uso de estas infraestructuras de comunicación e información para los fines del “Estado chavista”.



GALERÍA DE PAPEL CARMEN SEEKATZ / 2016

Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión

COMITÉ POR UNA RADIOTELEVISIÓN DE SERVICIO PÚBLICO (RTSP)

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Objetivo específico de la presente Ley es dar real cumplimiento, en el ámbito de la radiotelevisión, al imperativo del artículo 58 de la Constitución: “la comunicación es libre y plural”, dando nacimiento a un entorno radiotelevisivo nacional generador de democracia genuinamente pluralista, cónsono con los artículos 2 y 6 de la Constitución y asimismo con su artículo 57 que garantiza a todos, mayorías y minorías, plena libertad de expresión “por cualquier medio de comunicación y difusión sin que pueda establecerse censura”. De allí su carácter orgánico.

La necesidad que se hace sentir en Venezuela de una radio y una televisión nuevas, libres, republicanas, democráticas, útiles y de mejor calidad no proviene tan solo de contingencias negativas del pasado y recientes: baja calidad, abusos de posición dominante, extralimitaciones, intentos hegemónicos gubernamentales, supresión arbitraria o violenta de concesiones, ventas forzadas,

imposición de censuras y autocensuras o exceso de retransmisiones obligatorias “en cadena”, sino a la vez de más profundas razones estructurales, a saber:

- ▶ una insuficiente digitalización, un entorno cultural y del tiempo libre moroso y tradicionales carencias como sociedad de lectura, han venido consolidando en Venezuela el predominio comunicacional de la radio y la televisión, los dos medios de mayor cobertura hacia los cuales confluye el grueso de la inversión publicitaria nacional y que han venido convirtiéndose, más que en otros países, en auténticos actores y protagonistas de la historia nacional;
- ▶ para las grandes mayorías, radio y televisión representan el principal o incluso único vínculo que conservan con la cultura, la información y el entretenimiento desde que concluyen su etapa de educación formal (por este fenómeno es que las grandes y más inspiradoras democracias del mundo invierten en su radiotelevisión

sión pública el equivalente a un 36,5 % de su gasto universitario). El fenómeno es particularmente vistoso en Venezuela, donde esos dos medios son de considerar como los principales formadores de la opinión pública nacional.

De una opinión pública libre, diversa, bien informada, educadora y no regimentada o manipulada dependen con dramática urgencia la salud

y destino de la democracia venezolana, como bien lo ha comprendido la nación tras el intento hegemónico gubernamental de los últimos quinquenios. Por consiguiente, es vital asegurar libertad, equidad democrática, pluralismo, calidad y credibilidad a esos grandes intermediarios que son la radio y la televisión en general, garantizando a cada ciudadano el libre acceso a toda la mensajería nacional y universal de su elección y una participación lo más amplia

posible, directa o vicarial, en la capacidad de emitir libremente mensajes.

Para el logro de aquel objetivo constitucional de democracia con pluralismo, el presente Proyecto de *Ley Orgánica de la Radiotelevisión* diseña un nuevo entorno radiotelevisivo nacional mejor balanceado, competitivo y complementario a la vez, todo ciudadano y nada gubernamental (como en las grandes democracias del mundo), integrado por un servicio público radiotelevisivo nacional, una radiotelevisión privada diversificada y una radiotelevisión de proximidad o comunitaria libre de patronazgos, proponiendo para ello la creación de dos instituciones:

A) Una autoridad independiente de la radiotelevisión, el Consejo Nacional de la Radiotelevisión, Conart (un ente parcialmente análogo a la FCC norteamericana, el CSA francés o al CRTC canadiense), administrador de todas las frecuencias asignables a la radiotelevisión en general (quedando las de otros usos bajo la administración de Conatel), llamado a: A) asegurar pluralismo y libre competencia, honestidad y transparencia en la asignación, concesión, administración y supervisión de

canales para la comunicación social radioeléctrica y B) crear, supervisar y garantizar la independencia del servicio radiotelevisivo público.

B) Un Servicio Público de Radiotelevisión, RTV, no-gubernamental y no-mercantil (análogo al de los 56 países de la tierra que disponen de SP, incluyendo todas las grandes democracias occidentales y los propios Estados Unidos) de cobertura nacional total, parcialmente regionalizado, con participación de representantes de los usuarios en su Junta Directiva, capaz de asumir un rol de modelo cualitativo, de asegurar iguales y diferenciadas prestaciones a todos los venezolanos, de ser la referencia en materia de credibilidad, y de prestar servicios de alta utilidad socio-cultural-educativa al país. Conviene insistir en que la naturaleza no gubernamental del Servicio es la condición *sine qua non* que asegura su carácter público.

Solo el logro de aquellos dos inseparables objetivos permitirá el ingreso del país a la modernidad en materia radioeléctrica, garantizando más democracia, pluralismo y calidad en los mayores instrumentos formadores de opinión pública y de cultura de los venezolanos. Racionalizado como en tantas otras naciones el sector radioeléctrico por obra de una política pública democrática, transparente y controlable, los concesionarios tanto públicos como privados y de proximidad o comunitarios dispondrán de claras normativas y limpias reglas del juego para la fluida y eficiente prestación de sus respectivos servicios.

Las modalidades que propone la presente Ley para el logro de dichas metas son casi todas novedosas e inéditas en nuestro entorno (pues así lo requiere tanto la obsolescencia conceptual, infraestructural y jurídica del sector como los abusos de posición dominante que en él se produjeron) y suponen un alto grado de confianza en el país y en su sociedad civil en cuanto a capacidad de gestión y autogestión del campo radiotelevisivo, sin mentores ni paternalismos.

Dichas novedades son, principalmente:

1) Un nuevo ente republicano, el Consejo Nacional de la Radiotelevisión, Conart, investido por la Asamblea Nacional, llamado a

Racionalizado como en tantas otras naciones el sector radioeléctrico por obra de una política pública democrática, (...) los concesionarios (...) dispondrán de claras normativas y limpias reglas del juego para la fluida y eficiente prestación de sus respectivos servicios.

administrar en nombre de la Nación frecuencias y canales para su uso público, privado y de proximidad o comunitario mediante un Plan Nacional de Distribución de Frecuencias y Canales Radioeléctricos al margen de todo favoritismo, a crear y supervisar en nombre y beneficio de la colectividad el Servicio Radiotelevisivo Público y a publicar anualmente un transparente Registro Nacional de Concesionarios.

- 2) Un Servicio Público de Radiotelevisión, RTV, independiente, desgubernamentalizado y diversificado, de alta calidad y cobertura nacional total.
- 3) La creación de un Consejo Consultivo del Conart no decorativo, plural y democrático, con amplia y equilibrada participación de todos los actores públicos, privados y comunitarios de la comunicación, organismos públicos, organizaciones no gubernamentales y usuarios.
- 4) El nombramiento de la Junta Directiva de RTV por parte del Conart, sin injerencias de ninguna otra naturaleza.
- 5) Un mecanismo parlamentario de vigilancia de la imparcialidad política en servicios radiotelevisivos públicos, garante de la *par condicio*, en capacidad de imponer obligaciones y multas.
- 6) El acatamiento por parte de RTV de un Pliego de Obligaciones y Normas de Calidad que le impone Conart, en que se definen los grandes parámetros de un Servicio Radioeléctrico Público venezolano.
- 7) La legitimación de una triple fuente de financiamiento para el Servicio Público: a) erario público, b) publicidad y venta de servicios, c) contribuciones del usuario con base en el voluntariado, todo debidamente limitado y regulado. Conviene precisar que un servicio público puede alimentarse moderadamente del recurso publicitario, debiendo constituirse en modelo de calidad de ese tipo de mensajes.
- 8) Una atención muy particular a la programación destinada a menores de edad.
- 9) La progresiva descentralización y regionalización en producción y emisión de programas del servicio público.

PROYECTO DE LEY ORGÁNICA DE LA RADIOTELEVISIÓN

CAPÍTULO I PRINCIPIOS GENERALES

ARTÍCULO 1

La recepción y emisión de programas radiotelevisivos son libres, con los solos límites que fijan la Constitución y las leyes. Incumbe al Estado garantizar a todos el disfrute de tales libertades:

- Favoreciendo una participación plural en la capacidad de emitir, y facilitando a todos el acceso a las fuentes de recepción disponibles.
- Asegurando la existencia de servicios radiotelevisivos suficientes, diversificados, de calidad y de utilidad ciudadana, tanto públicos como privados y de proximidad.
- Adoptando los avances tecnológicos de las comunicaciones conforme a las necesidades nacionales.
- Fomentando la producción y difusión de programas producidos en el país, en el respeto de la libre circulación de los mensajes.

ARTÍCULO 2

Los principios enunciados en el artículo 1 de la presente Ley imponen, sin menoscabo de las libertades constitucionales de cada emisor:

- a) Adoptar una política pública de la radiotelevisión.
- b) Confiar la reglamentación y vigilancia de todos los servicios radiotelevisivos a un solo organismo público, plural y autónomo, que se denomina Consejo Nacional de la Radiotelevisión, Conart.
- c) Crear un ente concesionario del Servicio Público de la Radiotelevisión venezolana, que se denomina Radiotelevisión Venezolana, RTV, en condiciones de prestar a todos los usuarios sin distinción servicios suficientes, diversificados y de la más alta calidad.

Las modalidades que propone la presente Ley para el logro de dichas metas son casi todas novedosas e inéditas en nuestro entorno (pues así lo requiere tanto la obsolescencia conceptual, infraestructural y jurídica del sector como los abusos de posición dominante que en él se produjeron).

CAPÍTULO II

DEL CONSEJO NACIONAL DE LA RADIOTELEVISIÓN

ARTÍCULO 3

Para el logro de los fines previstos en el artículo 1 y la consecución de los objetivos enunciados en el artículo 2 de la presente Ley, se crea el Consejo Nacional de la Radiotelevisión, Conart, el cual es la máxima autoridad independiente de la radiotelevisión nacional, con personería jurídica y patrimonio propio.

ARTÍCULO 4

Son atribuciones del Conart:

- a) Cumplir y hacer cumplir la presente Ley, sus reglamentos y demás normas generales que se dicten en ejecución de la misma.
- b) Ejercer en nombre de la Nación la potestad de administrar, asignar, permitir, conceder, supervisar el uso, sancionar y revertir canales alámbricos e inalámbricos de todo tipo otorgados en concesión, en uso o por inventarse, o previamente concedidos para otros fines, cuando estos tengan como propósito principal o colateral prestar servicios de radio o televisión al público. El reglamento establece un Plan Nacional de Distribución de Radiofrecuencias y Canales Radioeléctricos.
- c) Mantener al día y publicar anualmente un detallado Registro Nacional de Concesionarios de frecuencias y canales para usos radiotelevisivos, velar por la credibilidad de los índices de sintonía y asegurarse el acceso a los balances financieros de los concesionarios públicos, privados y de proximidad.
- d) Dar estricta aplicación, en la concesión de frecuencias y canales radiotelevisivos para usos comerciales y de proximidad o comunitarios, al precepto constitucional antimonopolista, asegurando pluralismo, transparencia y libre competencia.
- e) Crear, en un plazo de noventa días a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley, el ente concesionario del Servicio Público de la Radiotelevisión Venezolana, RTV. Para ello, el Conart asigna carácter prioritario a las necesidades de tal Servicio, fija las políticas para su financiamiento y tramita la partida presu-

puentaria correspondiente, conoce y aprueba sus planes de expansión estructural, determina el Pliego de Obligaciones y Normas de Calidad de obligatorio cumplimiento por parte de dicho Servicio, tal como lo estipula el artículo 10 de la presente Ley, y nombra su Junta Directiva.

- f) Asegurar la existencia y buen funcionamiento de adecuados sistemas de asistencia, controles y sanciones, para la correcta aplicación de esta Ley, de su reglamento y demás normas por parte de los concesionarios.
- g) Asumir, con otras dependencias públicas concernidas cuando fuere el caso, la representación de la Nación en materias de radiotelevisión, ante organismos intergubernamentales e internacionales especializados.
- h) Elaborar sus reglamentos internos y crear las dependencias y comisiones que estime necesarias.
- i) Elaborar su presupuesto, administrarlo, y proveer la contratación del personal necesario.

ARTÍCULO 5

El Conart está integrado por cinco miembros principales y sus respectivos suplentes, todos venezolanos, elegidos por la Asamblea Nacional por períodos de cinco años. Todos sus miembros son reelegibles y deben reunir las condiciones siguientes: estar en pleno goce de sus derechos y facultades; ser venezolanos de la más elevada y comprobada competencia en campos de la comunicación social; ofrecer las máximas garantías individuales de imparcialidad de criterios y colectivas de pluralismo político; haber prestado por un mínimo de diez años servicios destacados como profesional, docente o estudioso de la comunicación social. Los candidatos a miembros del Conart presentan directamente sus credenciales a la Comisión de Medios de la Asamblea Nacional, la cual somete su dictamen a la plenaria para su nombramiento.

ARTÍCULO 6

El Conart nombra de su seno a un presidente, un vice-presidente y tres directores con sus respectivos suplentes, quienes ejercen esas funciones por un período de tres años, pudiendo ser reelegidos por un período adicional. Se reúne en forma ordinaria cada mes, o cada vez que el reglamento lo exija o sea convocado por su presidente. Para

la validez de sus decisiones, se requiere el voto favorable de al menos tres de sus miembros.

ARTÍCULO 7

El Conart oye y pondera los criterios de un Consejo Consultivo compuesto de veintiún miembros, respectivamente nombrados con sus suplentes, por y en representación de: la Presidencia de la República (1), la Corte Suprema de Justicia (1), los Ministerios de Educación (1), de Comunicaciones (1) y de la Cultura (1), el Consejo Nacional de Universidades (1), el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (1), las Asociaciones de Usuarios de servicios radioeléctricos (3), la Conferencia Episcopal Venezolana (1), el Consejo Nacional de Universidades (1), el Instituto Nacional del Menor (1), los Bloques de Prensa (2), las Cámaras nacionales de la Industria de la Radio y la Televisión (2), las Asociaciones nacionales de Investigadores de la Comunicación (1), el Colegio de Ingenieros de Venezuela (1) y, por rotación anual, representantes de los Colegios de Psicólogos, Psiquiatras, Sociólogos y Antropólogos y Nacional de Periodistas (2). Dicho Consejo Consultivo emite criterios, a solicitud del Conart, sobre materias de relevancia o interés nacional que lo ameriten. Sus miembros ejercen su función durante el período que determina el organismo que representan.

CAPÍTULO III

DEL CONCESIONARIO DEL SERVICIO PÚBLICO DE RADIOTELEVISIÓN, RTV

ARTÍCULO 8

En los términos previstos en el artículo 4, literal e) de la presente Ley, el Conart crea y dota de estatutos al ente concesionario del servicio público Radiotelevisión Venezolana, RTV, un organismo público no gubernamental con personalidad jurídica y patrimonio constituido por capital mayoritariamente del Estado.

ARTÍCULO 9

Conart concede con carácter de exclusividad a Radiotelevisión Venezolana, RTV, el uso de suficientes frecuencias y canales alámbricos e inalámbricos, dotándola a la vez de un presupuesto adecuado y suficiente, para: a) prestar

a la totalidad del pueblo venezolano servicios radiotelevisivos públicos con criterios republicanos y plurales sin privilegiar intereses ideológicos, económicos o de grupos; de excelente y ejemplarizante calidad técnica y programática, suficientes en cobertura, de utilidad social, diversificados conforme a los varios intereses de los usuarios, alta credibilidad informativa e ininterrumpidos; b) para prestar servicios radioeléctricos internacionales.

ARTÍCULO 10

Para la consecución de los fines previstos en el artículo 9 de la presente Ley, el ente concesionario RTV, además de ajustarse ejemplarmente a la normativa general, acata una normativa específica: el Pliego de Obligaciones y Normas de Calidad que, conforme al artículo 4, literal e) de la presente Ley, le impone Conart. Dicho Pliego debe prever:

- a) La conducción de los servicios radiales y televisivos públicos por parte de una sola y misma autoridad para fines de coherencia en la política comunicacional pública, de complementariedad en la programación y de racionalidad económica, aun cuando cada uno de dichos servicios esté regido por una autoridad específica.
- b) La obligación del ente concesionario de someter a Conart para su aprobación, en el plazo de un año contado a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley: 1º) un plan de actualización tecnológica de sus plantas y demás infraestructuras físicas, que responda a las necesidades de descentralización parcial, flexibilidad en enlaces y cobertura nacional previstas en el literal k) de este mismo artículo; 2º) un plan pluri-anual de regionalización y desconcentración parciales y progresivas de la capacidad de producir, programar y emitir; y 3º) un plan de intercambios y coproducciones latinoamericanos, de propósitos integracionistas, y de intercambios internacionales.
- c) La obligación del ente concesionario de elaborar sus presupuestos anuales con base en y conforme a: 1) el aporte del erario público; 2) los ingresos propios por publicidad, venta de programas y servicios; y 3) las contribuciones voluntarias de los usuarios.

- d) La explicitación de cómo asegura el ente concesionario la prestación al país, e internacional, de servicios informativos de alta credibilidad.
- e) Los porcentajes mínimos que deben asegurarse al talento y la producción nacional de programas, con precisiones en cuanto a su ubicación dentro de la rejilla de programación.
- f) El tiempo/espacio consagrados a programas de alta utilidad social, conforme a las metas del desarrollo nacional, tales como reciclaje profesional, alfabetización, educación a distancia y permanente, telemedicina, formación especializada, orientación y defensa del consumidor.
- g) Un Manual de Calidad y Estilo programático, lingüístico y deontológico, inspirado en la cultura y necesidades nacionales, así como en la mejor experiencia internacional en la materia.
- h) El acatamiento por parte de RTV de las recomendaciones de una Comisión Parlamentaria de Alto Nivel, llamada a velar por la imparcialidad política en servicios radiotelevisivos públicos.
- i) Los límites a la publicidad comercial e institucional imponibles al Servicio Público, expresados en porcentajes de su presupuesto anual de ingresos y gastos, en minutos/hora y en horarios de veda publicitaria.
- j) Patrones cualitativos, cuantitativos y de horarios preferenciales, para programación dirigida a menores de edad.
- k) La obligación al ente concesionario de asegurar como mínimo a la colectividad nacional, en el plazo de dos años contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley: 1) la prestación de no menos de 60 (sesenta) horas diarias de programación radial, diversificada y complementaria, en AM, FM y OC, que comprenda cuando menos dos redes de cobertura nacional total; y 2) la prestación de no menos de 30 (treinta) horas diarias de programación televisiva, generalista y temática, a través de dos redes de cobertura nacional total, la segunda de ellas parcial y progresivamente regionalizada.

ARTÍCULO 11

La Junta Directiva de RTV está integrada por un presidente, un vice-presidente y un director nombrados por Conart, por los directores de las diferentes emisoras del sistema, por el admi-

nistrador, el consultor jurídico y el responsable de las relaciones internacionales del ente y por dos representantes de los usuarios electos por las asociaciones respectivas. Los miembros nombrados por Conart duran cuatro años en sus funciones y pueden ser reelegidos una sola vez.

CAPÍTULO IV

DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

ARTÍCULO 12

Quedan derogadas todas las disposiciones que colidan con la presente Ley. El reglamento del Conart actualiza y condensa en un solo texto la dispersa normativa nacional en materia de radiotelevisión, fijando los respectivos ámbitos de competencia.

ARTÍCULO 13

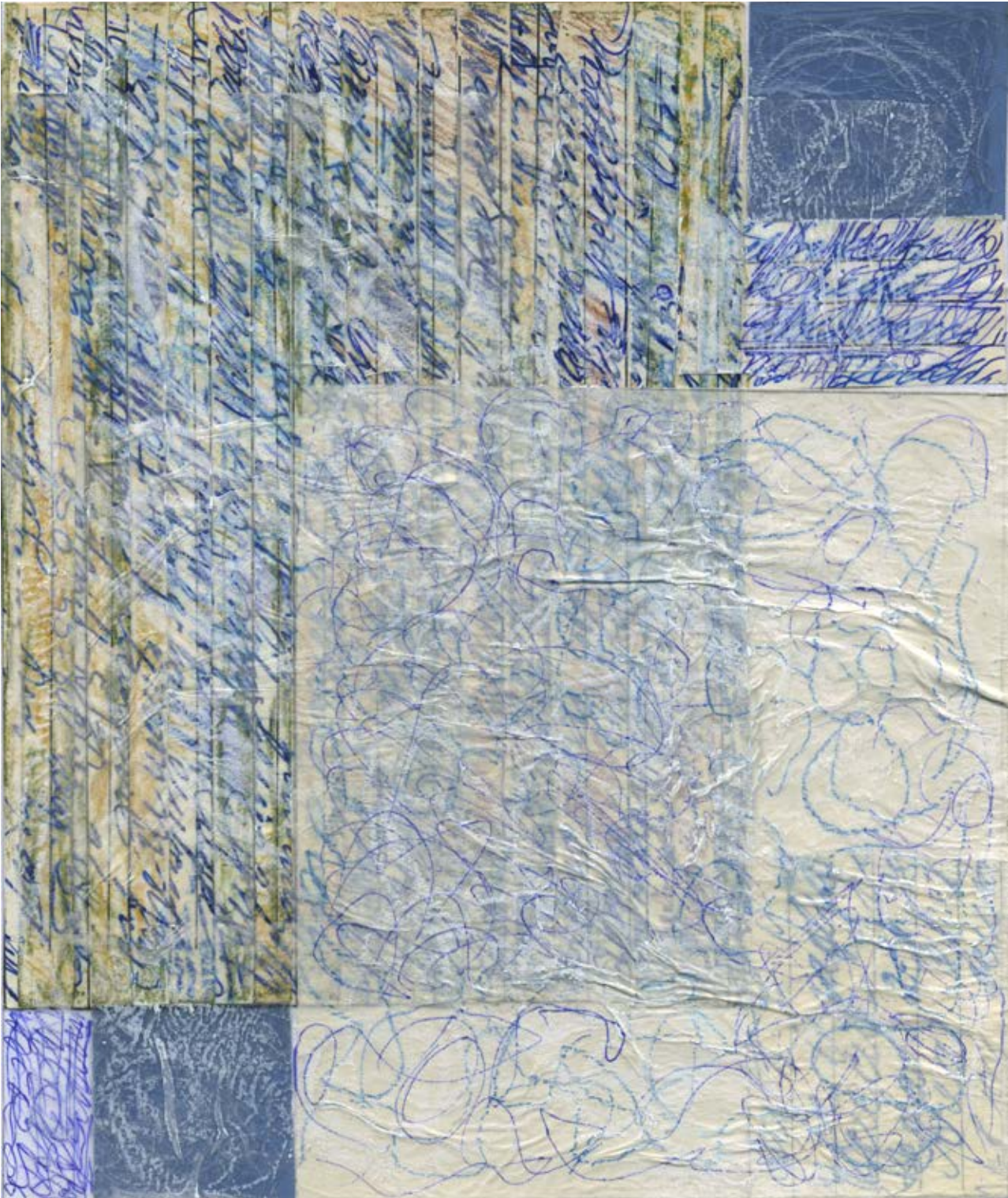
En un plazo de noventa días contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley, todos los bienes muebles, inmuebles e inmateriales en posesión o uso del actual sistema nacional de emisoras públicas de radio y televisión y de sus entes supervisores, reguladores y de monitoreo son transferidos, debidamente saneados y libres de pasivos, al Conart, el cual procederá a reasignarlos a RTV, a emisoras privadas o de proximidad según sea el caso. Conatel transferirá a Conart la administración y monitoreo de todas las frecuencias y canales destinados a la radiotelevisión en general.

ARTÍCULO 14

Los recursos de nulidad que se interpongan contra los actos administrativos dictados por el Conart y por RTV deben intentarse dentro de los treinta días siguientes a la emisión de los mismos por ante el Tribunal Supremo de Justicia, el cual dictará su fallo en un lapso no mayor de veinte días hábiles.

COMITÉ POR UNA RADIOTELEVISIÓN DE SERVICIO PÚBLICO (RTSP)

Se trata de un grupo de investigadores venezolanos que abogan porque el país logre, en algún momento, contar con una verdadera radio y televisión de servicio público. Fue fundado en febrero de 1992.



GALERÍA DE PAPEL. BELINDA CEITA / 2016



DATA

GALERÍA DE PAPEL MERYLINDA ALTMAN / 2016





GALERÍA DE PAPEL. MERYLLINDA ALTMAN / 2016

Informe anual 2015 sobre el estado de Internet en Venezuela

Por segundo año consecutivo la ONG Acceso Libre presentó su informe sobre el estado de Internet en Venezuela. Advierte que la red se torna más lenta mientras que las restricciones crecen aceleradamente. La falta de inversión en el sector por falta de divisas empeorará la calidad del servicio.

ACCESO LIBRE

INTRODUCCIÓN

El año 2015 marca un declive de la libertad en la red en todo el mundo, según el informe anual de Freedom House¹. En el caso de Venezuela, su puntuación sube y se ubica en 57 (en una escala de 0 a 100, siendo 100 la peor puntuación posible), en especial como consecuencia de los arrestos a usuarios de Twitter durante las protestas del año 2014 y los más de 1.000 sitios web bloqueados en ese período. 2015 es también el tercer año de ejecución del Plan de la Patria 2013-2019²), cuyo objetivo estratégico 4.4.2 señala como meta el “llevar a niveles no vitales la conexión de Venezuela con las redes de comunicación e información dominadas por las potencias neocoloniales” así como “eliminar la dependencia de sectores estratégicos para el desarrollo nacional de redes de comunicación e información controladas por las potencias neocoloniales”.

La caída de la inversión en telecomunicaciones, enmarcada en una profunda crisis económica en la que se encuentra sumido el país, generó

un déficit en la disponibilidad de servicios y productos tecnológicos, al igual que en la capacidad de las empresas de telecomunicaciones en suplir la demanda. Según la Cámara Nacional de Servicios de Telecomunicaciones (Casetel), en los tres últimos años “la asignación de divisas no ha sido suficiente para afrontar las inversiones de capital y para el pago de deudas”³. Sin embargo, William Castillo, presidente de Conatel, declaró que la inversión en telecomunicaciones había crecido para el año 2015, ubicándose en 77 % con respecto al mismo período del año 2013⁴. Este cálculo, no obstante, falla en considerar las cifras de inflación, que se ubicaron en 141,5 % para septiembre de 2015⁵. De acuerdo con Freedom House, al convertir las cifras a dólares, las inversiones y ganancias han declinado un 64 % y un 54 % respectivamente a lo largo de los últimos trece años. A pesar de que Conatel lista 86 empresas habilitadas para prestar el servicio, el 68,5 % de los usuarios acceden a Internet ya sea a través del servicio ABA de Cantv, o a través

DATA

El tiempo de carga estimado de una página web en Venezuela es el segundo más lento del mundo (5.6 segundos, apenas por detrás de Paraguay y ligeramente por encima de Kenia).

de la (también estatal) Movilnet⁶. A pesar de que Conatel considera como “banda ancha” a todas las velocidades por encima de 256 Kbps, la Comisión Federal de Comunicaciones estadounidense, organismo entre cuyos roles aún se encuentra definir estándares para la Internet abierta, señala como “banda ancha” a las velocidades por encima de 25 Mbps⁷. Apenas 0,1 % del tráfico de datos en Venezuela alcanza o sobrepasa esta velocidad y puede, por tanto, ser calificado como banda ancha. Por otra parte, el estricto control cambiario, existente desde el año 2003, y que pone obstáculos a las compañías privadas para acceder a moneda extranjera, ha llevado al deterioro del servicio y creado una barrera para la creación de nuevas empresas y la libre competencia del mercado.

ACCESO

De acuerdo con el informe anual de indicadores de Conatel⁸, el porcentaje de usuarios conectados en 2015 es de 61,62 %, lo que representa un alza de 1,4 % en relación con el año anterior. No obstante, mientras el número de usuarios activos aumenta de 15.940.838 a 16.401.033, el número de suscriptores del servicio disminuye de 3.688.974 a 3.655.636. Esto sin contar con el hecho de que la base de cálculo utilizada varió a partir del segundo trimestre de 2014, pasando de utilizar las cifras de Fuerza de Trabajo del INE a utilizar la proyección poblacional del mismo ente, lo que significa una diferencia de tres millones de habitantes, aumentando así considerablemente las cifras de penetración como consecuencia de la diferencia en la fórmula.

La brecha de acceso sigue siendo profunda: mientras en entidades urbanas como el Distrito Capital la cifra de penetración es de 102,67 %, en Amazonas y Apure es de apenas 20,78 % y 29,71 %, respectivamente. En 13 de las 24 entidades, la penetración es inferior al 50 %, significando que menos de uno en cada dos habitantes tiene acceso a Internet, incluyendo aquellos que tienen acceso a un plan de datos de telefonía celular.

CALIDAD

Según el reporte del Estado de la Red de Akamai⁹, la velocidad promedio de conexión en Venezuela para 2015 fue de 1.5 Mbps. Apenas el 2,1 % de las conexiones corresponden a la adopción de banda ancha (sobre 4 Mbps), y apenas el 0,2 % alcanza o sobrepasa los 10 Mbps. El tiempo de carga estimado de una página web en Venezuela es el segundo más lento del mundo (5.6 segundos, apenas por detrás de Paraguay y ligeramente por encima de Kenia). Aunado a esto, las frecuentes fallas eléctricas y la intermitencia en la prestación del servicio de Internet revelan una precariedad en el acceso que afecta a todo el territorio nacional. Este problema tiende a verse exacerbado en momentos críticos, en los que el uso de la red se hace más necesario. Durante todo 2015, eventos de intermitencia del servicio de Internet, en especial del servicio ABA de la estatal Cantv, se repitieron¹⁰, en ocasiones por treinta y seis horas o más¹¹. De acuerdo con información levantada a través de reportes de usuarios, para el fin de semana previo a las elecciones parlamentarias del 6 de diciembre se reportaron caídas del servicio en al menos trece estados del país, algunas de las cuales persistieron por más de veinticuatro horas¹².

Pese a que las prácticas de bloqueo y filtrado de contenidos vieron su punto más alto en Venezuela durante el año 2014, cuando se bloquearon más de mil sitios web, las restricciones de acceso a cientos de páginas web aún persisten, desde aquellas relacionadas con información sobre el intercambio de divisas en el mercado negro (de las cuales la más representativa es *DolarToday*) hasta páginas internacionales de noticias como *NTN24* o *Infobae*. Los bloqueos a herramientas, como Pastebin o Anonymouse, se han visto reducidos, en la mayoría de los casos desapareciendo o persistiendo únicamente en la estatal Cantv. En marzo, sin embargo, en un nuevo esfuerzo para lograr el bloqueo total de todas las versiones de *DolarToday*, el Gobierno terminó por bloquear –en apariencia de manera accidental– los servicios de la nube de Amazon, lo que tuvo como consecuencia la inaccesibilidad temporal de un enorme número de páginas web, como Pinterest o Netflix¹³.

PERSECUCIÓN DE USUARIOS

De los siete usuarios de Twitter que fueron detenidos por la policía política en 2014 por publicar contenidos considerados ofensivos o que incitaban a la violencia¹⁴, cuatro fueron liberados durante el año 2015, y los tres restantes permanecen en prisión, sin que hasta la fecha se les haya sometido a juicio. Aunado a esto, es importante considerar que el caso considerado más emblemático entre los presos políticos venezolanos, el del líder de oposición Leopoldo López¹⁵, quien se encuentra en prisión desde 2014 y fue condenado a más de trece años de encarcelamiento durante 2015, se establece teniendo como pruebas centrales de su “instigación pública” un video en YouTube y un tweet desde su cuenta @leopoldolopez con el texto “TENEMOS QUE SALIR A CONQUISTAR LA DEMOCRACIA” (sic), frase a la cual se atribuye contenido violento y desestabilizador¹⁶, alegando la parte acusadora (a través de una testigo, de profesión lingüista) que el mencionado texto y la cuenta de Twitter del dirigente fueron usadas para arengar subliminalmente a las masas a participar en protestas de calle.

Por otra parte, durante 2015 se retomó la conversación sobre uno de los objetivos del denominado Plan de la Patria 2013-2019, el proyecto de gobierno presentado por Hugo Chávez y convertido en ley posteriormente, cuyo texto plantea la necesidad de “conformar un sistema de medios” para la “defensa integral de la Patria”, así como “eliminar la dependencia de sectores estratégicos para el desarrollo nacional de redes de comunicación e información controladas por las potencias neocoloniales”. Según parece, este objetivo pasa por la creación de la denominada “Red Patria”, un intento de generar espacios en Internet que se encuentren bajo el control estatal, con miras a reemplazar, o desplazar, los espacios virtuales donde se llevan a cabo interacciones sociales en la actualidad, que, según la perspectiva gubernamental, están “controlados por potencias neocoloniales”. El proyecto, aprobado en 2011 bajo el mandato del presidente Chávez, se lanza en 2015, seguido de una serie de talleres para el uso de la herramienta¹⁷.

VIGILANCIA Y PRIVACIDAD

Al igual que en otros aspectos sobre la vida pública del país, se cuenta con escasa información sobre las prácticas de recopilación y almacenamiento de datos personales por parte del Gobierno venezolano. Durante el año 2015, no obstante, se revelaron algunos hechos con respecto a la posición oficial en este sentido. En el ámbito del comercio electrónico fue noticia la reunión entre representantes del Gobierno y directivos de las empresas de comercio electrónico MercadoLibre, TuCarro.com y TuInmueble.com; una de las consecuencias de esa reunión fue el acuerdo de que dichas páginas web compartirían con el Gobierno “la información de los compradores y los vendedores” con la alegada finalidad de combatir “los fenómenos de sobreprecio, especulación, ofertas engañosas y evasión de impuestos”¹⁸. Como corolario de las declaraciones que diera el entonces vicepresidente Jorge Arreaza, reiteró la intención del Gobierno de promulgar una ley sobre comercio electrónico, un proyecto cuya discusión dio comienzo en 2014 y que, tal como está redactado, otorgaría a Conatel competencias directas para bloquear sitios web que se encontraran en violación de sus restricciones, entre las cuales se encontraba la venta de productos básicos (por ejemplo, productos de higiene personal) a través de mecanismos electrónicos¹⁹.

En la misma vena, la Superintendencia Nacional de Bancos exigió a las entidades bancarias entregar “toda la información” de las transacciones electrónicas llevadas a cabo por sus clientes, incluyendo direcciones IP, montos, nombres, cuentas bancarias y motivos de la transacción²⁰. La finalidad de este requerimiento es averiguar quiénes estarían haciendo uso de “vías alternas al control de cambio”.

El ejercicio de los derechos económicos de los venezolanos, altamente regulado, se encuentra también ligado a una descomunal cantidad de datos personales que están siendo recabados sin que existan regulaciones al respecto. Durante

De los siete usuarios de Twitter que fueron detenidos por la policía política en 2014 por publicar contenidos considerados ofensivos o que incitaban a la violencia, cuatro fueron liberados durante el año 2015, y los tres restantes permanecen en prisión, sin que hasta la fecha se les haya sometido a juicio.

DATA

2015, según declaraciones oficiales, se habrían instalado 20.000 captahuellas en los supermercados y establecimientos privados de distribución de alimentos del país²¹, cuyos datos estarían siendo recopilados por una “sala situacional”, con la finalidad de determinar qué personas llevan a cabo “compras sospechosas”²².

Por otra parte, la vigilancia de usuarios puntuales adquiere matices más delicados. Una investigación publicada a principios del año reveló un supuesto documento según el cual Conatel habría contribuido a investigar a los usuarios de Twitter que fueron detenidos por el Sebin, proporcionándole a este último una serie de datos que abarcan desde el número de identificación de la cuenta, la cantidad de seguidores y *tweets* promedio enviados por día, hasta las direcciones IP utilizadas. Estos informes habrían sido usados posteriormente por el Ministerio Público para sustentar las imputaciones²³.

Como corolario, un informe de CitizenLab, de finales de 2015, revela la existencia de un servidor maestro del *software* de espionaje FinFisher en Venezuela, lo que constituiría evidencia de que el Gobierno venezolano habría contratado una licencia de FinFisher, un *software* usualmente empleado para espiar a periodistas, activistas y líderes de oposición en diversas partes del mundo. FinFisher se instala inadvertidamente en las computadoras y otros dispositivos de los usuarios, infectándolos y de este modo recolectando una gran cantidad de datos (conversaciones, llamadas, correos electrónicos, archivos y otros contenidos) que envía a través de una serie de *proxies* hasta el servidor maestro, donde es almacenado. Ya en 2013 Citizen Lab habría establecido que Venezuela era cliente de Blue Coat, otro proveedor de *software* de vigilancia²⁴.

Es difícil establecer el alcance real de la vigilancia en Venezuela, pero la ausencia de independencia de poderes, las potestades concedidas por ley a una serie de órganos administrativos dependientes de la presidencia (de los cuales el más representativo es Conatel, cuyas funciones, anodinas en papel, en la práctica le permiten

convertirse en un ente de vigilancia), y la dominancia del mercado por parte de la estatal Cantv, le otorgan inmensas capacidades para intervenir comunicaciones y acumular grandes cantidades de información sobre los hábitos y conductas de sus ciudadanos.

LEGISLACIÓN

La Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, que establece una lista de contenidos prohibidos en Internet (desde pornografía hasta “instigación a delinquir”) sigue vigente, y en concordancia con el Código Penal, en el cual aún se preservan los denominados “delitos contra el honor” (difamación, injuria y ultraje a funcionarios públicos) continúan siendo los mecanismos legales más utilizados para restringir el discurso público en redes sociales.

La otra cara de los contenidos más perseguidos por el Gobierno se refiere a los relacionados con transacciones comerciales e intercambio de divisas. La Ley de Precios Justos, aplicada a las transacciones electrónicas, es usada para dar de baja publicaciones cuyas características no se encuentran permitidas por el denominado “Comando” de precios justos, así como para detener personas a causa de delitos electrónicos (para noviembre de 2015, según el vicepresidente Jorge Arreaza, quince personas habían sido detenidas a causa de ilícitos relacionados con la venta de artículos en Internet).

CONCLUSIONES

Es necesaria la creación de dispositivos legales para la regulación del almacenamiento y tratamiento de los datos personales de los ciudadanos, tanto por parte de órganos del Estado como por empresas privadas.

La inversión financiera en materia de ciencia y tecnología, así como la creación de incentivos que estimulen la libre competencia entre proveedores de servicios de Internet, es urgente como parte de una política comprensiva para reducir la brecha digital e incrementar la calidad de la conexión, al menos hasta alcanzar estándares que nos posicionen dentro del promedio regional.

El Estado debe rendir cuentas a la ciudadanía sobre su adquisición de *software* de espionaje,

Es necesaria la creación de dispositivos legales para la regulación del almacenamiento y tratamiento de los datos personales de los ciudadanos, tanto por parte de órganos del Estado como por empresas privadas.

Ciberespacio venezolano

La penetración de la internet en Venezuela sigue creciendo y el país forma parte de la tendencia universal.

La penetración de internet en Venezuela alcanza

58,94%

de la población

En el país ya suman

15.529.494

Personas conectadas a la red

9.700.000

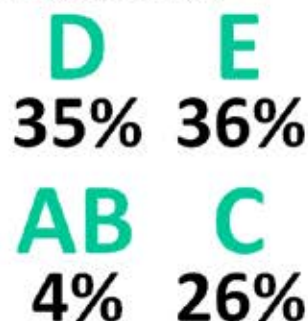
de venezolanos están conectados a Facebook, lo que se traduce en una penetración del 33%



De los venezolanos en internet



La mayoría de ellos se encuentran ubicados en el estrato



El 59% de los usuarios venezolanos se encuentran en edades comprendidas entre los 7 y los 24 años



¿Desde dónde se conectan?



El principal uso que los venezolanos le dan a la web es:



12% de los usuarios del país asegura que usa Twitter



9% utiliza la red para realizar operaciones bancarias

tanto con respecto a los fondos utilizados y su procedencia, como con respecto a la finalidad y usos de dicha *software*, y su sometimiento a controles legales y constitucionales.

Teniendo en consideración que el retardo procesal constituye una lesión a los derechos civiles de los imputados, el Estado debe garantizar un juicio justo y oportuno a aquellas personas que han sido detenidas por delitos de palabra, siendo oportuno recordar que el transcurso de dos años desde el establecimiento de medidas de coerción personal, sin que se haya dictado sentencia, da lugar al decaimiento de la acción.

Es urgente una reforma de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, así como del Código Penal, para establecer controles judiciales a la restricción de contenidos en línea y despenalizar los llamados “delitos contra el honor”, de acuerdo con la recomendación de los organismos internacionales en materia de derechos humanos. De acuerdo con los estándares internacionales, las medidas de restricción de acceso a contenidos en línea deben cumplir con los requisitos de pertinencia, proporcionalidad y racionalidad, y deben ser siempre posteriores al hecho y como consecuencia de medidas de carácter judicial.

Notas

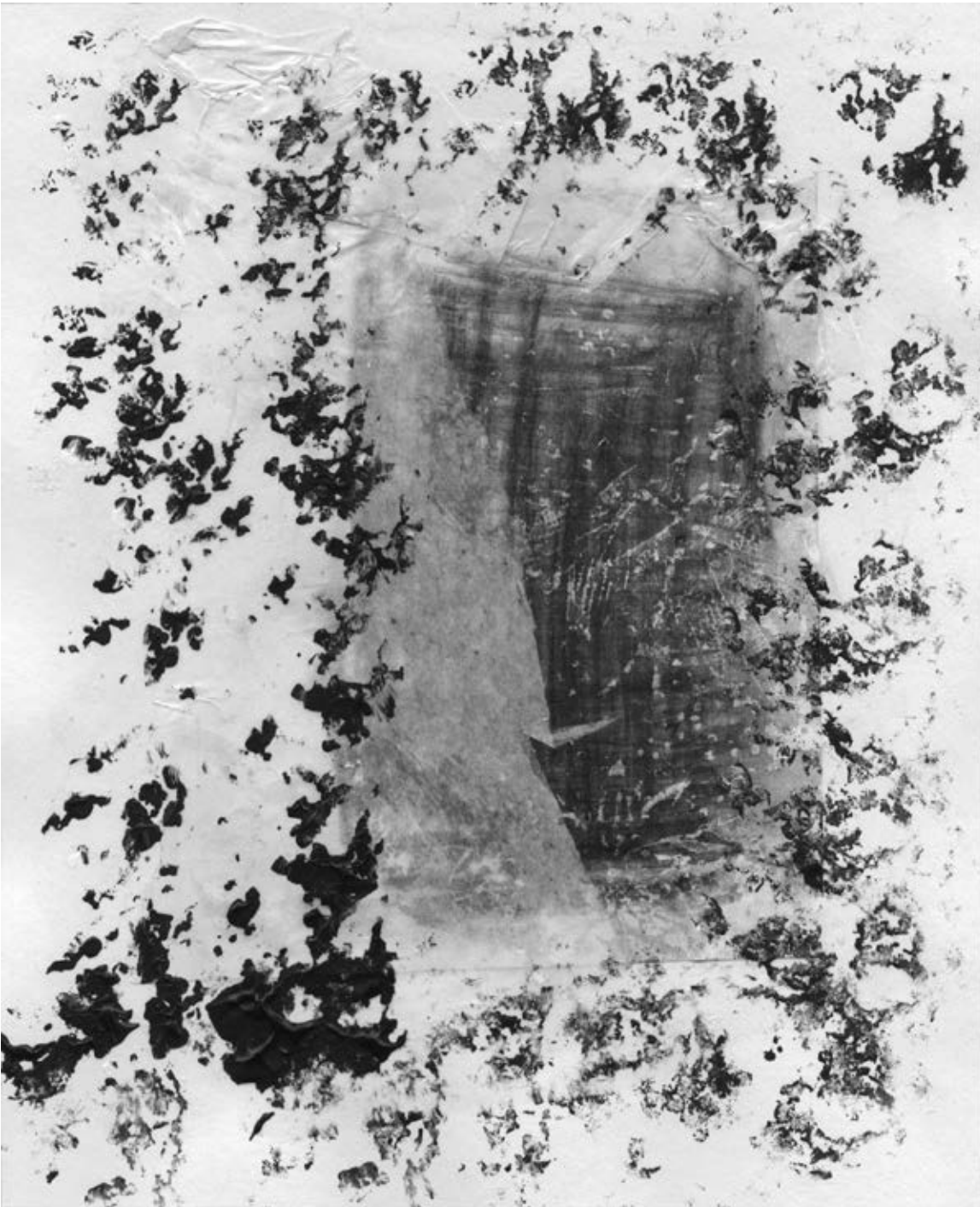
- 1 FREEDOMHOUSE: *Freedom on the Net 2015*. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2015>
- 2 PLAN DE LA PATRIA 2013-2019. <http://gobiernoonlinea.gob.ve/home/archivos/PLAN-DE-LA-PATRIA-2013-2019.pdf>
- 3 “Falta de inversión estanca al sector telecomunicaciones en Venezuela”. En: *Finanzas Digital* (Octubre 14, 2015). <http://www.finanzasdigital.com/2015/10/falta-de-inversion-estanca-al-sector-telecomunicaciones-en-venezuela/>
- 4 “Castillo: ‘Inversión en telecomunicaciones mantiene el crecimiento ubicándose en 77%’”. En: *Hoy Venezuela*. <http://hoyvenezuela.info/castillo-inversion-en-telecomunicaciones-mantiene-el-ritmo-de-crecimiento-ubicandose-en-77/>
- 5 “BCV confirma inflación histórica de 141,5% tras un año de secretismo”. En: *Correo del Caroní*. <http://www.correodelcaroni.com/index.php/economia/item/41241-bcv-confirma-inflacion-historica-de-141-5-tras-un-año-de-secretismo>
- 6 “94,2% de las conexiones fijas a Internet en Venezuela son lentas”. En: *Sumarium*. <http://sumarium.com/conatel-reconoce-que-942-de-lasconexiones-fijas-a-internet-son-de-baja-velocidad/>
- 7 “The FCC has changed the definition of broadband”. En: *The Verge*. <http://www.theverge.com/2015/1/29/7932653/fcc-changed-definition-broadband-25mbps>
- 8 CONATEL: Estadísticas anuales y trimestrales www.conatel.gob.ve/estadisticas-anuales-y-trimestrales/?target=indicadores-trimestrales
- 9 State of the Internet: 2015. Akamai. <https://www.akamai.com/us/en/multimedia/documents/report/q3-2015-soticonnectivity-final.pdf>
- 10 ESPINOZA, Arnaldo (17 de enero de 2015): “¿Por qué se cayó el Internet de CANTV por 12 horas?”. En: *El Estímulo*. <http://elestimulo.com/blog/por-que-se-cayo-el-internet-de-cantv-por-12-horas/>
- 11 IPYS (22 de enero de 2015): “Venezuela: CANTV no ofreció explicaciones por caída de Internet”. <http://ipys.org.ve/alerta/venezuela-cantv-no-ofrecio-explicaciones-por-caida-de-internet/>
- 12 Crowdmap: Acceso a Internet 6D. Fundación Acceso Libre. <https://accesoainternet6d.crowdmap.com/>
- 13 “Bloquean aplicación móvil de Dolar Today”. En: *El Nacional*, 13 de marzo de 2015. http://www.elnacional.com/tecnologia/redes_sociales/Bloquean-aplicacion-movil-Dolar-Today_0_590341068.html
- 14 LÓPEZ ESCOTE, Odell (6 de octubre de 2015): “Venezuela: 140 caracteres que te llevan a la cárcel”. En: *Global Voices*. <https://es.globalvoices.org/2015/10/06/venezuela-140-caracteres-que-llevan-a-la-carcel/>
- 15 PUYOSA, Iria (Diciembre, 2015): “Control político de internet en el contexto de un régimen híbrido. Venezuela 2007-2015”. En: *Teknokultura*.
- 16 Ministerio Público, 2014, expediente N° C-16-17936-2014
- 17 Conatel: Red Patria: plataforma venezolana para interconectar a los movimientos sociales. <http://www.conatel.gob.ve/red-patria-plataforma-venezolana-para-interconectar-a-los-movimientos-sociales/>
- 18 “Gobierno se reunió con responsables de Mercadolibre.” En: *Sumarium*, 26 noviembre, 2015. <http://sumarium.com/gobiernose-reunio-con-representantes-de-mercadolibre-com-por-sobrepuestos-y-ofertas-enganosas/>
- 19 DÍAZ, Marianne (November 13, 2014): “Venezuela: E-Commerce Bill Would Give Authorities New Avenue for Online Censorship.” En: *Global Voices Advocacy*. <http://bit.ly/1GcqSj8>.
- 20 “Gobierno exige a los bancos revelar hasta el alma de sus clientes”. En: *El Estímulo*, 5 de noviembre de 2015. <http://elestimulo.com/elinteres/sudeban-exige-a-la-banca-entregar-hasta-el-ultimo-dato-de-sus-clientes/>
- 21 “Gobierno instalará 20 mil captahuellas en comercios privados del país.” En: *El Universal*, 8 de marzo de 2015. <http://www.eluniversal.com/economia/150308/gobierno-instalara-20-mil-captahuellas-en-comercios-privados-del-pais>

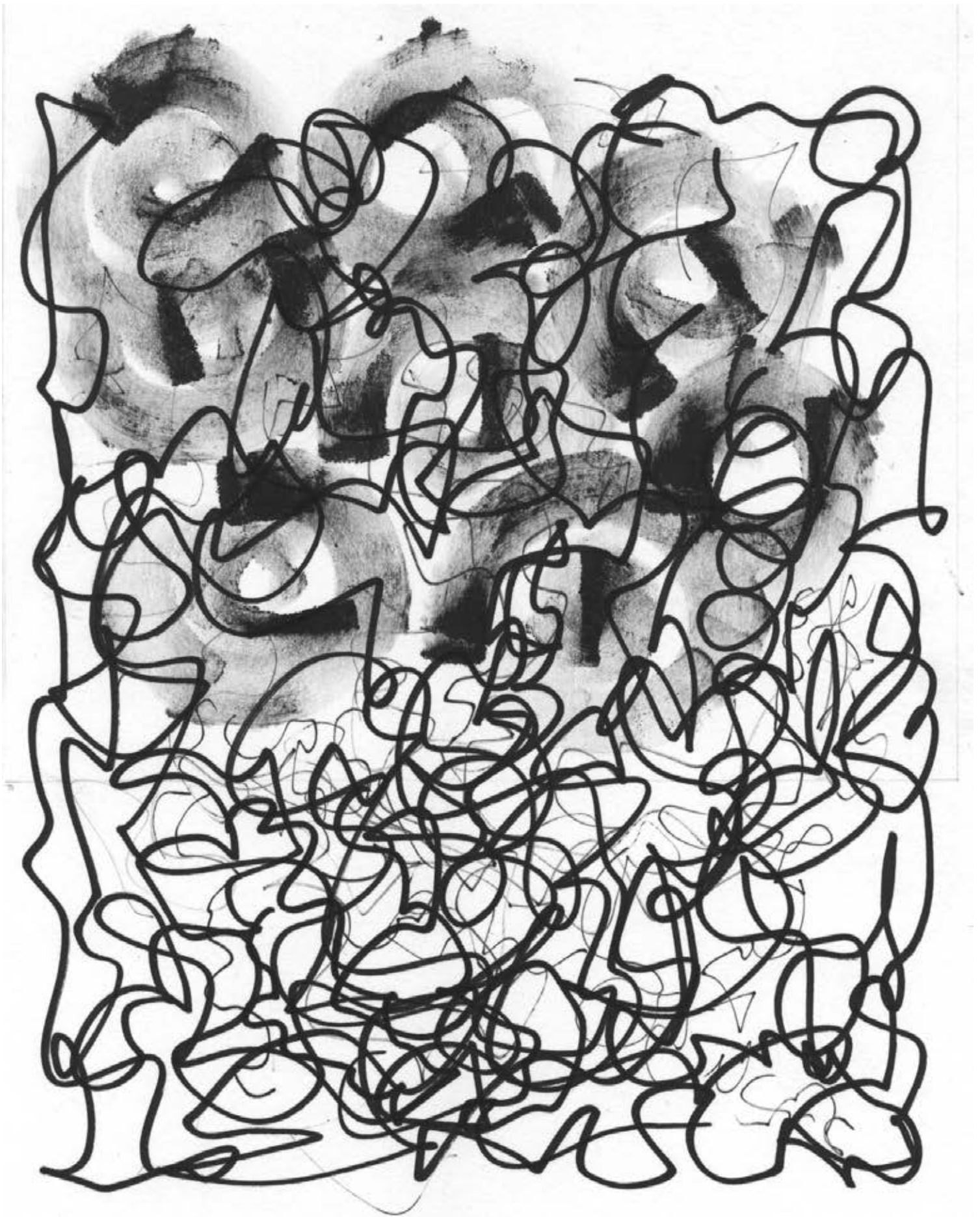
- 22 “Datos de consumo obtenidos por las captahuellas irán a sala situacional.” En: *El Universal*, 16 de septiembre de 2014. <http://www.eluniversal.com/economia/140916/datos-de-consumo-obtenidos-por-las-captahuellas-iran-a-sala-situaciona>
- 23 “@Conatel elaboró informes para el@SEBIN_OFICIAL sobre tuiteros detenidos”. En: *Runrunes*. http://runrun.es/rr-es-plus/210909/conatel-elaboro-informes-para-el-sebin_oficial-sobre-tuiteros-detenidos.html
- 24 “Planet Blue Coat: Mapping global censorship and surveillance tools.” En: *CitizenLab*. <https://citizenlab.org/2013/01/planetblue-coat-mapping-global-censorship-and-surveillance-tools/>

ACCESO LIBRE

Se trata de una ONG especializada en el acceso a la información pública y en el tema de Internet.

Nota: Este reporte fue elaborado con el apoyo de la red de voluntarios de la Fundación Acceso Libre.





LEGADO COMUNICACIONAL



Un periodista, Pedro Llorens (venezolano); un investigador, Luis Ramiro Beltrán (boliviano); y un filósofo, semiólogo y escritor, Umberto Eco (italiano), se nos fueron este año. Se fueron, como se suele decir, a destiempo, pues tenían todavía mucho que dar en sus respectivas disciplinas. Desde Comunicación queremos rendirles tributo por lo que nos dejaron. Allí están sus trabajos periodísticos, sus investigaciones y sus análisis y escritos para que los recordemos.



GALERÍA DE PAPEL ODI LA SERVAT / 2016

Unas líneas finales para Pedro Llorens

ALONSO MOLEIRO

No recuerdo cuándo fue la última vez que vi a Pedro Llorens. El paso de los días, transformados en años, se lo fueron llevando. Aquel amigo cercano y cálido de los años de *El Nacional* comenzó a alejarse a una velocidad que ahora no me canso de lamentar. Hacia el año 2007, sobre la vida de ambos, pero sobre la mía en particular, se presentaron nuevas eventualidades laborales y nuevas circunstancias cotidianas.

Aquel sujeto parco y tímido no usaba celulares, no respondía correos electrónicos, porque sencillamente no los leía, y no devolvía mensajes de texto. Como si viviera en 1979, dejaba en cualquier caso el número de su casa, e invitaba al interesado a dejarle un recado: al regresar, de noche, podría devolver la llamada.

Cuando, en el año 2006, Pedro publicó *Contra Chávez*, me regaló un volumen y me puso esta dedicatoria: “Para Alonso Moleiro, quien forma parte de una amistad especial que abarca tres generaciones.” Pedro era de San Bernardino, frecuente visitante de la casa de mis abuelos, compañero de estudios de mi padre en el Colegio América. Luego militaron juntos en política y

fueron grandes amigos personales. Sus padres fueron unos emigrantes catalanes que llegaron al país en el contexto de la guerra civil española de finales de los 30. Republicanos españoles que sembraron en Pedro un espíritu libertario y un amor por la desobediencia que constituía una de las claves de su comportamiento.

Luego de haber pasado años escuchando historias en las cuales estuvo metido, lo conocí de forma más o menos desprevenida, hacia 1998, cuando recién ingresaba a *El Nacional*. Como quien reconoce a una especie de pariente existencial, nos hicimos amigos de inmediato. A partir de entonces, durante los siguientes ocho años, y a pesar de la diferencia de edad, iniciamos una regular, sólida y fértil relación laboral y personal, zurcida con una ráfaga kilométrica de conversaciones al pie de una barra, tomando café en uno de los cuchitriles que existían en torno a la vieja redacción de *El Nacional*, en la esquina de Puerto Escondido.

Historias menudas de los años de la guerrilla; crónicas parlamentarias de todos los tiempos; chismes y clásicos de la política venezolana;



Foto Archivo El Nacional

Como si fuera una especie de mago, a él acudían redactores y periodistas de todos los estratos a escuchar sugerencias y orientaciones en torno a reportajes en desarrollo.

títulos inolvidables; campeonatos mundiales; escándalos, viejas historias y glorias de salas de redacción que ya no existen, como *La Esfera*, *Almargen*, *Bohemia* y *La República*. Grandes periodistas de una época, como Euro Fuenmayor, Cesar Messori, Rodolfo José Mauriello o Leopoldo Linares.

Sobre todo eso y más divagaba con Pedro, en rigor un caraqueño de los años 50, aquel sujeto seco y amargado que destilaba al mismo tiempo una extraña bondad silenciosa y un cariño inexplicable por este país. “Un buen titular”, me dijo una vez, “tiene que saber darle la vuelta a una noticia”. Quería decir que los títulos generaban subproductos; que en el fondo de todo texto subyacen con frecuencia nuevas eventualidades para nuevas portadas.

Como si fuera una especie de mago, a él acudían redactores y periodistas de todos los estratos a escuchar sugerencias y orientaciones en torno a reportajes en desarrollo. Pedro alternaba sus raptos de hosquedad e impaciencia con

delirantes momentos de felicidad en aquella inolvidable y divertida vieja redacción de *El Nacional*, amorosa y solidaria, uno de los sitios en los cuales he sido más feliz en mi vida, donde cualquier excusa era buena para armar una fiesta pero nadie dejaba de atender con enorme mística y compromiso sus responsabilidades. Un sitio en el cual muchas personas habrían querido trabajar en este mundo, sin duda alguna.

Se fue, pues, sin avisar, Pedro Llorens. Su muerte nos tomó por sorpresa. Lo recordamos y, de tanto en tanto, lo lloramos. Se van momentos felices, afectos, momentos que colgamos en portafolios personales y que no olvidaremos jamás. Se va sin dudas toda una página del periodismo venezolano.

ALONSO MOLEIRO

Periodista egresado de la UCV. Columnista del diario Tal Cual y del portal Prodavinci. Profesor del postgrado en comunicación social de la UCAB.

IN MEMORIAM

Luis Ramiro Beltrán

(1930-2015)



JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA

Nació de padres periodistas en Oruro, Bolivia, en 1930. Fue periodista, escritor, comunicador, investigador social y promotor del desarrollo nacional.

Inició su carrera en el periodismo a los 12 años en el diario *La Patria* de su ciudad, y continuó en el periódico *La Razón*, de La Paz; fue fundador del semanario humorístico *Momento* y de la estación de radio *El Cóndor*. Trabajó en Bolivia en relaciones públicas, propaganda política y publicidad comercial. Fue el primer guionista profesional del cine boliviano, habiendo escrito en 1953 el guión de *Vuelve Sebastiana*, y fue ganador de varios premios en el país y en el exterior. Se inició en Bolivia con la comunicación educativa para el desarrollo agrícola a fines de 1953.

Además del *Cóndor de los Andes*, fue objeto de otras distinciones bolivianas. Por ejemplo, en 1984 la Municipalidad de Oruro lo declaró “Hijo

Predilecto de la Ciudad” y la Prefectura de Oruro le otorgó la condecoración “Sebastián Pagador”. En 1987 recibió del Rotary Club de La Paz el “Illimani de Oro” y en 1989 el diploma al mérito de la Asociación Minerva de Oruro. Recibió también altas distinciones en Brasil, Ecuador y Paraguay.

Retornado a su país en abril de 1991 al jubilarse de la Unesco, fue el fundador y primer director del Proyecto de Reforma Educativa establecido por el Ministerio de Planeamiento y el Ministerio de Educación con apoyo del Banco Mundial.

Fue miembro de número de la Academia Boliviana de la Lengua, condición a la que accedió en 1991 con su estudio “*El Gran Comunicador Simón Bolívar*”. Como tal, fue Miembro Correspondiente de la Real Academia de la Lengua Española. Y en 1999 fue designado Miembro Correspondiente del Círculo de Escritores de Venezuela.

En 1995 fue miembro de la comisión presidencial diseñadora de la política de participación popular. Escribía notas y ensayos en diarios de La Paz.



Sus análisis críticos de las premisas, objetos y métodos de la investigación científica en su campo tuvieron resonancia internacional. Es reconocido como uno de los fundadores de la corriente científica progresista denominada Escuela Crítica Latinoamericana de Comunicación.

En 1997 ganó el Premio Nacional de Periodismo de Bolivia. Y en 1999 la Universidad Católica Boliviana estableció en su honor la “Cátedra Luis Ramiro Beltrán”. Recibió entonces, además, una medalla de la revista *Enfoques*, de La Paz, y fue homenajeado por la Academia Boliviana de la Lengua y por la filial de Oruro de la Mesa Redonda Panamericana. Además, la Alcaldía Municipal de La Paz le confirió su Escudo de Armas y lo nombró miembro del Tribunal de Imprenta. También fue varias veces miembro del Tribunal de Honor de la Asociación de Periodistas de La Paz.

Los matutinos *La Razón* y *La Prensa* de La Paz lo incluyeron entre los cien personajes del Siglo XX en Bolivia, en sus ediciones especiales al llegar el año 2000, e hizo lo propio el diario *El Deber* de Santa Cruz. También estuvo

entre los diez personajes nacionales proclamados por *La Prensa* a fines de 2002.

Ajeno a militancia política alguna, en agosto de 2001 fue elegido presidente de la Corte Nacional Electoral por votación de dos tercios del Congreso Nacional de Bolivia. Luego de haber cumplido –con excelencia celebrada por la OEA y otras misiones internacionales de observación– con la misión de realizar la elección general de junio de 2002, renunció a ese cargo en noviembre de este mismo año para reintegrarse a sus labores profesionales habituales.

En enero de 2003 recibió el título de Profesor Honoris Causa de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. También entonces fue objeto de una distinción pública otorgada por la Defensoría del Pueblo por su colaboración a la promoción y defensa de los derechos humanos. Y en octubre de ese mismo año la Universidad San Francisco de Asís le confirió en La Paz una distinción “*por su valioso aporte a la consolidación del proceso democrático y al desarrollo de la comunicación en Bolivia.*”

De mayo de 2003 hasta mayo de 2005 fue Defensor del Lector para el Grupo de Prensa Líder conformado por ocho diarios: *La Prensa*, de La Paz; *El Altoño*, de El Alto; *Los Tiempos*, de Cochabamba; *El Deber*, de Santa Cruz; *El Norte*, de Montero; *Correo del Sur*, de Sucre; *El Potosí*, de Potosí y *El Nuevo Sur*, de Tarija. Recibió por ello un reconocimiento de *El Deber*, diario cabecera de aquel consorcio.

A lo largo de 2004 se desempeñó en varias ocasiones como consultor de Chemonics International, Inc., asesorando en investigación y planificación de comunicación para su proyecto de titulación de tierras en el área tropical (BLTP), en apoyo al INRA en Cochabamba, Bolivia.

En el propio 2004, al cumplir la revista boliviana *Enfoques* el 40° Aniversario de su fundación, incluyó a Beltrán entre los ciudadanos notables de ese período a los que otorgó un reconocimiento.

Desde mediados de 2005 fue asesor del Directorio de la Asociación Nacional de la Prensa, Bolivia. También lo fue de la Fundación para el Periodismo y del Consejo Nacional de Ética Periodística.

En octubre de ese mismo año, el Viceministerio de Cultura distinguió a Beltrán con su Diploma al Mérito Cultural “por su contribución al desarrollo de la cultura y del cine boliviano”.

En mayo de 2007 el Concejo Municipal de Sucre le hizo entrega de la condecoración “Heroína Juana Azurduy de Padilla” en el grado de Servicios Eminentes.

El Senado Nacional le confirió en febrero de 2008 la condecoración parlamentaria “Bandera de Oro” por su labor cultural.

A solicitud de su Carrera de Comunicación Social, la Universidad Mayor de San Simón le otorgó el título de Doctor Honoris Causa en noviembre de 2008.

En septiembre de 2009 la Universidad Mayor de San Andrés le otorgó el título de Doctor Honoris Causa. La Universidad Mayor de San Francisco Xavier le brindó un homenaje en Sucre en noviembre de 2009. En esa misma fecha, la Carrera de Ciencias de Comunicación Social de la Universidad Pública de El Alto le brindó un homenaje. En 2009, en el día del Aniversario Departamental de Oruro, el Concejo Municipal de La Paz incluyó a Beltrán entre las personalidades orureñas merecedoras de su reconocimiento por labores y servicios a favor del desarrollo del Municipio de Nuestra Señora de La Paz y de la República de Bolivia.

A NIVEL INTERNACIONAL

Su experiencia agrícola la llevó a lo largo de algo más de treinta años de servicios a partir de 1955, a organismos técnicos internacionales. Fue especialista en Comunicación del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA en San José, Lima y Montevideo; director del Centro Interamericano de Desarrollo Rural y Reforma Agraria, en Bogotá; subdirector regional del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, también en Bogotá; y consejero regional de la Unesco en Comunicación para América Latina, en Quito.

En los años 70 se destacó internacionalmente entre los primeros proponentes de la democratización de la comunicación y del planeamiento de ella para el desarrollo con énfasis en políticas nacionales de comunicación. Sus análisis críticos

de las premisas, objetos y métodos de la investigación científica en su campo tuvieron resonancia internacional. Es reconocido como uno de los fundadores de la corriente científica progresista denominada Escuela Crítica Latinoamericana de Comunicación. Ha sido dirigente de las principales agrupaciones mundiales de profesionales de comunicación y miembro de los consejos editoriales de las revistas técnicas de varias instituciones del ramo.

Es especialmente reconocido por haber propuesto la *democratización de la comunicación*, idea que se materializó con las políticas nacionales de comunicación. Tales políticas se inspiraron en estudios amplios de teóricos de la comunicación, como Wilbur Schramm, David K. Berlo, Daniel Lerner, Lucien Pye, entre otros. Estas se lanzaron por primera vez en 1971 en el comité de asesoramiento de la Unesco, en el Programa Internacional de Investigaciones sobre Comunicación.

Existen varias posturas que han analizado las políticas de Luis Ramiro Beltrán. Entre las más relevantes encontramos conclusiones indispensables para entender y ser parte de una mejor comunicación.

- ▶ La primera es que la comunicación no es auto-consumatoria, es decir, debe tener un sentido, un motivo de ser y de actuar fijo.
- ▶ La segunda –muy importante para entender a Beltrán– es que el desarrollo patrocina avances de la comunicación. Y esto a su vez genera más desarrollo en general. Pero dice que “desarrollo no es tener más, sino ser mejor”. Unido a esto, tenemos también que la comunicación es un agente de cooperación. No es una fuerza independiente, sino que está entrelazada con otros campos que actúan en conjunto.
- ▶ Luego está la importancia que da Beltrán a la racionalidad. Asevera que solo por medio de ella se puede ser eficaz en la labor comunicativa. Y de la mano de la racionalidad, encontramos que la única forma de aplicarla es por medio de la planificación.

En los años 70 se destacó internacionalmente entre los primeros proponentes de la democratización de la comunicación y del planeamiento de ella para el desarrollo con énfasis en políticas nacionales de comunicación.

Las principales áreas de estudio en las que Beltrán centró su trabajo, son:

- La incomunicación de las áreas rurales y regiones, debido al modelo dominante de oligarquía y dependencia del exterior.
- Las políticas nacionales de comunicación, que buscan la democratización de la comunicación.
- La creación de un nuevo orden internacional de la información y la comunicación.
- La configuración de un modelo de comunicación alternativo “horizontal”, es decir, donde el emisor no estuviera en una posición superior a la del receptor, para generar una comunicación más abierta y democrática.
- La formación de inventarios regionales críticos de estudios en comunicación.
- La crítica a las teorías y métodos de información y comunicación exteriores, pues no se adaptan a la realidad y necesidades latinoamericanas.

Obtuvo en 1972 el doctorado en Comunicación y Sociología en la Universidad del Estado de Michigan, de la que sería designado “Ex-Alumno Sobresaliente” diez años después.

La comunidad internacional lo considera como uno de los teóricos de la comunicación latinoamericanos más importantes e influyentes. En Canadá fue distinguido en 1983 con el Premio McLuhan-Teleglobe, premio mundial de comunicación, galardón mundial que dos años más tarde fuera conferido también a Umberto Eco; y recibió un premio de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) en 2007.

Desde 1992 hasta 2004 fue catedrático de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Johns Hopkins y, con sede en Bolivia, su Consejero para América Latina en Comunicación.

La alianza de las ocho agrupaciones profesionales de comunicadores latinoamericanos le confirió en 1995, en Quito, su más alta distinción. Y dos años después la Felafacs (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación) lo nombró su Miembro Honorario. En 1997 la Universidad Metodista de Sao Paulo y la Unesco realizaron un seminario internacional de recuento

HE AQUÍ LAS PUBLICACIONES QUE MÁS DESTACAN EN ORDEN CRONOLÓGICO A NIVEL INTERNACIONAL:

Adiós a Aristóteles: La comunicación horizontal (1979), critica los paradigmas de comunicación importados de Estados Unidos.

Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina (1980).

Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina (1985).

El gran comunicador Simón Bolívar (1998): habla sobre cómo Simón Bolívar logró sus objetivos de independencia y poder a través de la comunicación.

Memorias de papel sábana: con la tinta impresa en las venas (1999), un conjunto de crónicas sobre su experiencia como periodista.

Investigación sobre comunicación en Latinoamérica: inicio, trascendencia y proyección (2000), una compilación de textos sobre la investigación y la comunicación en el continente.

Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años (2005): va describiendo los avatares de la comunicación en América Latina en el siglo pasado, pero señalando también los “Apuntes para la Agenda del siglo 21”.

La Comunicación antes de Colón: tipos y formas en Mesoamérica y Los Andes (2009). Fue escrita por él en coautoría con sus colegas bolivianos Erick Torrico, Karina Herrera y Esperanza Pinto.

Comunicación, política y desarrollo (2014).

de su trayectoria como investigador y publicaron al año siguiente un libro con las ponencias.

Fue catedrático visitante en las Universidades de Michigan, Stanford y Ohio, asesor gubernamental y consultor de diversas entidades en varios países; por ejemplo, de Usaid en Guatemala, Panamá, Bolivia, Brasil y Argentina; de la Ciespal en Ecuador; del ILET en México y del IPAL en Perú; de Naciones Unidas en Venezuela y Bolivia; de Unesco en Francia, Túnez, Colombia, Perú, Panamá y Guatemala; de Unicef en México

y Colombia; de OPS (Organización Panamericana de la Salud) en Estados Unidos y Colombia; del BID en México; de la Federación Internacional de Planificación en Inglaterra y Perú; de la Fundación Ford en México; de Laspau y de la Academy for Educational Development en Estados Unidos y Bolivia, respectivamente; de FAO en Chile e Italia; del Fondo de Población de las Naciones Unidas y del Banco Mundial en Bolivia y Argentina; y de la Escuela Internacional de Agricultura Tropical en Costa Rica.

En diciembre de 2002 fue nombrado en Baltimore miembro del Comité Asesor para Investigación del Programa Mundial de Comunicación en Salud encabezado por la Universidad Johns Hopkins.

En agosto de 2005 se desempeñó como asesor del Banco Mundial en Buenos Aires, Argentina, para pre-diseñar el componente de comunicación de un proyecto en apoyo a áreas principales de actividad del Ministerio de Salud de Argentina.

En septiembre de 2009 la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá le confirió su Medalla “Félix Restrepo, S.J.”.

En octubre de 2009 la Felafacs le brindó un homenaje en su Congreso en La Habana.

En agosto de 2010, la Asociación Argentina de Facultades de Comunicación Social le confirió en una reunión en Jujuy una alta distinción.

En marzo de 2011 la Facultad de Comunicación de la Universidad de Ohio lo honró en Athens con una plaqueta “*en reconocimiento de su distinguida y precursora labor académica en el campo de la Comunicación para el Desarrollo*”.

Murió el 15 de julio de 2015.

JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA

Coordinador del Sector Comunicación de la CPAL (Conferencia de Provinciales Jesuitas de América Latina) Venezuela. Hizo el doctorado en Estudios Sociales / Comunicación en la Pontificia Universidad Gregoriana (Roma). Miembro del Consejo Fundacional y del Consejo de Redacción de la revista Comunicación.

UMBERTO ECO SE DESPIDE

MARCELINO BISBAL

Umberto Eco mantuvo, durante muchos años, una gran diversidad de columnas en variadas publicaciones latinoamericanas y de casi todo el mundo. Una de ellas llevaba por título “Desde Europa” y la pudimos seguir trimestralmente en la revista *El Librero* aquí en Venezuela. En uno de esos artículos (2012) nos expresaba que “Uno de mis deseos es ponerle fin a esta columna, al menos en su actual encarnación. Cada tantas semanas tengo que conjurar un tema que aparentemente sea de actualidad, aún si lo que realmente quisiera hacer es volver a leer la obra de Píndaro y escribir (con bastante retraso) una reseña de sus poemas”. Pues bien, desde el 19 de febrero Eco podrá dedicarse a lo que más le gustaba que era leer y releer lo que ya había leído. Es que era un apasionado del libro, de cualquier libro, verdaderamente un fanático como confesó en alguna oportunidad. Por eso decía que “una colección de libros es un fenómeno masturbatorio, solitario, y raramente se encuentran personas que puedan compartir nuestra misma pasión. Si poseemos cuadros muy bellos, la gente nos visitará para admirarlos. Pero no encontraremos a nadie interesado de verdad en nuestra colección de libros antiguos. No entienden por

qué le damos tanta importancia a un librito sin ningún atractivo, y por qué nos ha costado años de búsqueda”.

Para Eco el libro lo era casi todo, lo podía casi todo. Porque “El libro es como la cuchara, el martillo, la rueda, las tijeras. Una vez se han inventado, no se puede hacer nada mejor. El libro ha superado la prueba del tiempo... Quizá evolucionen sus componentes, quizá sus páginas dejen de ser de papel, pero seguirá siendo lo que es”.

Fue un italiano excepcional, de una vastísima obra no solo orientada a un tema o disciplina en particular como pudiera ser la filosofía o la semiología, quehaceres ambos que desempeñó como académico que fue, sino que se encaminó también por las rutas del arte, la estética y la cultura en general. Desde 1980, con la publicación de su primera novela, *El nombre de la rosa*, se fue por el mundo de la novelística con la destreza del que conoce desde hace un buen tiempo esos caminos y ese oficio de escribidor de mundos ficcionales. A partir de esa novela vendrán otras como *El péndulo de Foucault* (1988), *La isla del día de antes* (1994), *Baudolino* (2000), *La misteriosa llama de la Reina Loana* (2004), *El cementerio de Praga* (2010) y más recientemente *Número*



“(...) Cada tantas semanas tengo que conjurar un tema que aparentemente sea de actualidad, aún si lo que realmente quisiera hacer es volver a leer la obra de Píndaro y escribir (con bastante retraso) una reseña de sus poemas”.

cerro (2015). Pero ninguna de estas novelas alcanzará el éxito de ventas de *El nombre de la rosa*. Se dijo, en su oportunidad, que había vendido 50 millones de ejemplares. Además fue llevada al cine en 1986 por el director Jean-Jacques Annaud, contando con el actor Sean Connery en el papel de William de Baskerville como una especie de investigador-detective en plena Edad Media.

Nuestro encuentro con el pensamiento de Umberto Eco se da en la década de los años setenta cuando en Venezuela y en América Latina estamos en plena discusión y confrontación en torno a la cultura de masas desde la vertiente crítica –perspectiva europea y frankfurtiana para más señas– y la orientación sociológica formal y norteamericana. Era un *pensar sobre los medios* y no avanzábamos hacia ningún norte. Llega entonces *Apocalípticos e integrados ante la cultura*

de masas en donde Eco logra poner en su lugar el papel histórico que cumple la conocida cultura de masas. Nos dirá que “la cultura de masas tiene lugar en el momento histórico en que las masas entran como protagonistas en la vida social y participa en las cuestiones públicas”. Después nos topamos con otro texto editado en español en 1986, *La estrategia de la ilusión*. Colección de ensayos que trata de analizar lo cotidiano que va desde el deporte, la política, los medios en general y se detiene en la televisión para hacer un análisis de la cultura televisiva –como cultura popular– en cuanto proceso semiótico o de significación. Es un libro que critica a los *mass-media* a través de los *mass-media* y nos expresa que “en el universo de la representación *mass-mediática*, es la única elección de libertad que nos queda”.

La mexicana Rossana Reguillo, en relación a otro libro fundamental para comprender la comunicación y la cultura en América Latina, *De los medios a las mediaciones*, de Jesús Martín-Barbero, nos dirá –y tomamos sus palabras para expresar lo mismo con referencia a los dos libros de Umberto Eco antes señalados– que: “El texto llega en un momento en el que, como parte de una generación más o menos emergente de estudiosos

de la comunicación, enfrentaba la encrucijada de la fuga y la renuncia. De un lado, estaba el cansancio ante una literatura y un pensamiento que se ocupaba centralmente de los medios de comunicación y proponían (casi) como única opción legítima para los interesados en la comunicación, la investigación de y en los medios, pero carecía de un planteamiento que permitiera problematizar el antes, el durante y el después de los medios, o en otras palabras, lo que yo interpretaba en aquel momento, como una distancia dolorosa con los actores de la comunicación, es decir, los sujetos y su vida cotidiana. La investigación empírica me lanzaba intermitentes señales de alerta, la cuestión se me volvía más compleja y la literatura dominante en comunicación en esta época, me dejaba insatisfecha. La fuga hacia otros territorios del saber era prácticamente inevitable”.

Ni el filósofo, ni el especialista en estética, ni el semiólogo que fue Umberto Eco pudo desprenderse de su especial afición por el análisis e interpretación de la cultura de masas o de la civilización del espectáculo como recientemente la denominó el escritor Mario Vargas Llosa copiando a Guy Debord con su *Sociedad del espectáculo*. Eco nos manda a leer a McLuhan para comprender la televisión y lo que la gente hace con ella, porque “el hombre gutenberiano ha muerto”. Pero también nos manda, casi obliga, a leer al norteamericano Dwight MacDonal y a Walter Benjamin. En tal sentido, no tiene pérdida el ensayo que escribiera Eco en 1984: “*El modelo americano: veinte años de difusión de la cultura estadounidense en Italia*”.

Todo el pensamiento de Umberto Eco en relación con los medios masivos de comunicación y su cultura está más cerca de Walter Benjamin que de T.W. Adorno. Porque Benjamin fue quien logró ver para su época (hasta 1940 cuando se quita la vida en Port-Bou, pequeño pueblo catalán) el sentido trasgresor de la tecnología frente a las bellas artes o la cultura elitista. Eco critica ferozmente a la *teoría crítica* al decir “que el empleo indiscriminado de un concepto fetiche como el de *industria cultural* implica, en el fondo, la incapacidad misma de aceptar estos acontecimientos históricos, y –con ellos– la perspectiva de una humanidad capaz de operar sobre la historia”.



Tulio Hernández junto
a Umberto Eco.

Umberto Eco estuvo en Caracas por allá en 1994, invitado por la Cátedra Permanente de Imágenes Urbanas de Fundarte (organización cultural de la Alcaldía de Caracas). Tulio Hernández fue el ideador y promotor de 25 conferencias sobre la ciudad, el espacio público y la cultura urbana. La disertación de Eco tuvo que ver con la idea de un *mundo posible* y un *mundo real* vistos desde la novela-ciudad.

Si Umberto Eco nos visitara hoy ¿qué vería? ¿cómo nos vería a los venezolanos? ¿qué nos diría? ¿qué interpretación haría de la realidad presente? ¿cómo caracterizaría este des-orden de país, de sociedad, de ciudadanía...? Quizás nos expresaría aquella *noción de verdad* que está presente en la ficción y que no puede ser puesta en discusión, mientras que el *mundo real* que estamos viviendo los venezolanos parece ser, de hecho es, un lugar insidioso.

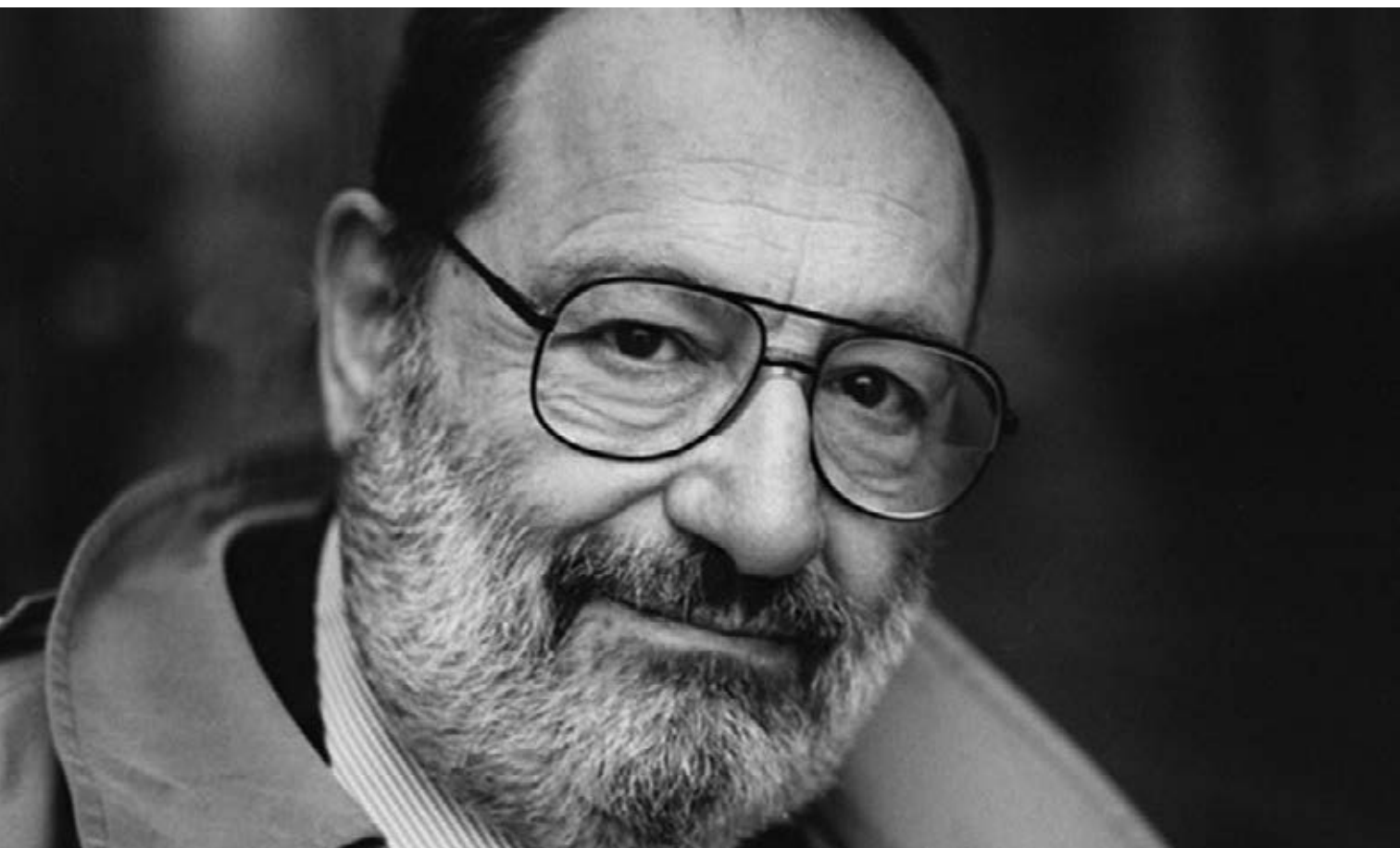
Dejo estas líneas, seguramente des-ordenadas, de mis lecturas de Umberto Eco, de aquellos libros que he citado y que resultaron ser fundacionales para mis trabajos como docente. Porque como bien nos dijo una vez: “El problema de la cultura de masas nos atañe a todos”, como a todos nos atañe este des-orden.

MARCELINO BISBAL

Licenciado en Comunicación Social.

Director de los postgrados de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.

Director de la revista Comunicación.



UMBERTO ECO: más allá del bien y del mal

BORIS MUÑOZ

Hoy es imposible hacer una guerra sin pedir permiso... y mucho menos una revolución

La tarde anterior, frente a una multitud de expectantes académicos reunidos en Rutgers University para escucharlo desmentir punto por punto la tan profetizada muerte del libro, Umberto Eco había dejado en el aire un desafío insólito:

Si McLuhan estuviera vivo, seguramente escribiría un libro llamado *Gutenberg contraataca*. Les apuesto a que dentro de cien años muchas más personas de las que hoy aquí se encuentran reconocerán los nombres de los autores que hoy he mencionado (Mallarmé, Tolstoy, Valéry, Quenau, Chesterton y un largo etcétera de firmas ilustres). Los reto a todos ustedes a que nos encontremos dentro de un siglo en este mismo salón para comprobarlo. *It's a deal*.

La escena es la siguiente: una fresca mañana de otoño en la esquina de la calle doce con quinta avenida en Manhattan. Ahí está Umberto Eco, uno de los últimos *maître de penser* que se atreve a caminar tranquilamente por la calle a espaldas de su fama. Hay algo en su actitud que revela un

estado de existencia más allá del bien y del mal; no por arrogancia ni mucho menos, sino porque la penosa alegría de vivir no le produce mayor ansiedad. Aunque la pipa y los habanos han desaparecido, sigue siendo el intelectual más pop del siglo XX. Va vestido con un saco de gabardina verde, una camisa azul eléctrico y una corbata naranja fosforescente como si fuera un personaje de Andy Warhol.

—Busquemos un café. Me dijeron que al voltear la esquina hay uno nuevo que está bien— propone. Doblamos en la esquina de University Place.

De pronto se detiene. “El presidente de la Universidad de Boloña me ha pedido que viaje a Buenos Aires para inaugurar una sede que la universidad va a abrir allá, ¿puedes creerlo? Quieren que sea el orador de orden. Disfruto mucho en Buenos Aires pero ir allá para estar sólo dos días que serán de trabajo... tu sabes. ‘Pero Umberto, no hay Jet-lag entre Nueva York y Buenos Aires’”, me dijeron para convencerme. Claro tampoco hay *Jet-lag* entre el polo Norte y la Patagonia. El problema es cómo queda uno después de pasar 12 horas para ir a la Argentina y

15 para volver a Italia” –explica dibujando el aire con aspavientos italianos.

—Destruído por completo –digo por decir algo.

—Nunca había tenido que esperar tanto por un café, dice observando semióticamente la cara de Andrew Jackson en el nuevo billete de veinte dólares mientras el dependiente de Dean and DeLuca prepara un espresso con toda la calma del mundo.

— Sí, es difícil conseguir buen café por los alrededores.

— En París uno puede conseguir un buen espresso en cualquier parte, pero aquí en Estados Unidos, aunque tienen las mismas máquinas italianas, nunca es igual.

—¿Azúcar o edulcorante?

—Mmmmm... Edulcorante, por favor... Y, bien ¿sobre qué vamos a hablar?

—Sobre literatura, tecnología y el futuro.

— Tecnología, literatura... Bueno, veamos.

EL ZEPELÍN ELECTRÓNICO

—Aunque los fanáticos de las redes globales insisten en que nos encontramos a las puertas de la utopía electrónica, un reciente estudio de la Carnegie Mellon University, demostró que el uso frecuente de Internet puede conducir a la depresión. Pareciera que Internet se ha convertido en un Club de Corazones Solitarios.

—Si cuando el coche fue inventado por primera vez alguien hubiera pasado el día entero en un coche, eso hubiera despertado las fantasías de aislamiento y la gente habría creído que el coche era un vehículo que conduciría a la depresión y al aislamiento. Pero el coche fue concebido para ser usado una o dos horas al día para llevar gente de un sitio a otro. Así que es cierto que las personas que gastan 24 horas al día frente a una consola están enfermas. Pero incluso aquellos que beben tres botellas de whisky al día están enfermos. Sin embargo, si la gente usa Internet una hora a la semana o para recolectar información, como yo lo hago, sin tener que gastar mi vida frente a la pantalla, ese sentimiento de aislamiento podría dejar de ser relevante. Ahora, el hecho de

que la gente discuta tanto este tipo de locura de Internet demuestra que estamos al principio de un fenómeno: la adicción a Internet. Pese a que no podemos negarlo, pienso que se trata de un fenómeno inicial. Probablemente, después de pocos años de excitación por el nuevo instrumento, este fenómeno declinará.

—Claro, pero vivimos en un mundo en el que cada vez hay más trabajadores virtuales, gente que trabaja en su casa, fuera del mundo, metidos en el cascarón de una computadora.

—Cierto, la conexión a distancia, vista como un gran avance, es, quizá, un hecho negativo porque la gente es separada de la sociedad. Así que tenemos que entender que Internet no es la solución fantástica que algunos creyeron que era. Tengo una sospecha: aunque Internet fue inventada como el dirigible (zepeleín) electrónico, tal vez esa no sea la respuesta. Inventamos el dirigible, un vehículo más liviano que el aire, creyendo que era la mejor manera para cruzar los cielos. Pero no era cierto. El avión, más pesado que el aire, era más manejable y veloz que el dirigible. Entonces el dirigible desapareció y solo quedó para fines publicitarios. Así que, quizá, si en uno o dos años nos damos cuenta que Internet no era la forma de iluminar correctamente toda esa información que contiene, otra invención, no sé cual, tome su lugar. Es difícil hacer una profecía acerca de un instrumento que por su naturaleza crece día a día. Estoy asombrado por el hecho de que a pocos años de la llegada de Internet han aparecido toneladas de libros acerca de ese fenómeno. Tal entusiasmo editorial, me parece muy apresurado. Considerando que aún solo tiene acceso una pequeña parte de la población podemos prever que esto aumentará cada vez más. Eso nos trae el problema del exceso de información. Como yo solía decir: no había diferencia entre el *Pravda* soviético y la edición dominical del *The New York Times* Mientras la edición dominical del *The New York Times* es el periódico donde toda la información posible podía aparecer. El *Pravda*, por definición, era un periódico que ocultaba información. Pero, la edición dominical del *The New York Times* contiene tanta información que toda una semana no es suficiente para leerlo. Así que lo ponemos en la mesa de café y decimos: “Okey,

lo leeré mañana” y postergamos la lectura del periódico más leído del mundo hasta la próxima semana creando un círculo vicioso. De este modo, el resultado de la ausencia de información y el exceso de información es el mismo.

Internet puede, en este momento, en el que no se encuentra regulada, acumular tal cantidad de información que nadie podrá dominar ni seleccionar ni saber qué cosa es basura o qué cosa es buena. Al menos con los periódicos o los libros puedes saber cuál es la diferencia entre un artículo de *The New York Times* o del *The New York Post*. Solo los títulos de las publicaciones dicen si es una publicación conservadora o dedicada a las artes o si es *Playboy*, que obviamente contiene sexo. Cuando vas a una biblioteca el solo hecho de que el libro ha sido publicado por Harvard University Press es la garantía de que esa gente hace buenas selecciones. Si el sello es de una Vanity Press, entonces será basura. En cambio, en Internet ni siquiera en el caso de que la dirección electrónica termine en *edu* (abreviatura para educación) garantiza que se refiera a una universidad, sino que un usuario está pagando para pasar a través el servidor de la universidad.

Solo si eres una persona muy experta en este campo puedes seleccionar. El verano pasado yo estaba en el campo y necesitaba información sobre Kant y abrí la enciclopedia en Internet y conseguí muchísimo material sobre lo que buscaba. Siendo un filósofo profesional, podía juzgar lo que era bueno y malo. Claro, esa era mi disciplina. Sin embargo, si necesitara información sobre química no tendría ni la más remota idea de dónde empezar. Esta situación puede terminar convirtiendo a Internet en una verdadera máquina neurótica para los adictos, aquellos para quienes no es tan importante buscar información como brincar y jugar de un sitio a otro. ¿Cómo discriminar la información cuando no tienes reglas? Quizá tendremos que inventar una nueva forma de enseñanza en las escuelas para enseñarle a la gente cómo seleccionar información.

—¿Se refiere a la Arcadia Multimedia?

—Las Arcadias son como las viejas oficinas postales. El usuario no tenía un caballo personal. Para enviar un mensaje iba hasta donde estaban el hombre y el caballo que llevaban el mensaje. La

Arcadia es lo mismo. Fue una idea basada en el siguiente principio: si Internet no es el dirigible, sino la aeronave real de nuestro futuro, el poder estará en las manos de aquellos con la capacidad de interactuar con esa realidad. Y probablemente tendremos que avanzar a una sociedad muy similar a la que Orwell imaginó en *1984*, en la cual, independientemente del nivel económico, una clase dirigente, sin descartar a los *hackers*, sabrá cómo tratar con las redes globales. Entonces encontramos a una clase media que usa Internet pasivamente, solo para recibir información, como si fuera personal del aeropuerto (“el avión sale a las 5 y media”); luego a los proletarios que están viendo televisión. Y puesto que el acceso a las redes es posible por medio de un pago, las Arcadias serán el equivalente a un lugar público donde la gente que no tiene computadora va porque necesita enviar un largo mensaje a Australia una sola vez en la vida (el nombre Arcadia proviene de los clubes adonde la gente va a jugar con los videojuegos). Las Arcadias son un servicio público, en cada ciudad debe haber cada diez cuadras una Arcadia Multimedia. La gente puede ir allí con una moneda para navegar en Internet. Lo que ellos quieren es mirar, como en una biblioteca, con alguien dándole sugerencias acerca de selecciones. Esto crea una comunidad porque estás usando una máquina pero lo estás haciendo junto a otras cincuenta personas. Probablemente, una computadora es demasiado para ti. Cuando descubres que tienes que enviarle un mensaje a tu hijo que vive en Australia, en vez de pagar treinta dólares, puedes pagar cincuenta centavos, lo que descubres es una ventaja.

—Usted está hablando de democracia y acceso público a la tecnología.

—No se trata de una gran revolución, sino de una pequeña contribución para hacer los medios electrónicos accesibles no solo para aquellos que tienen dos mil dólares para comprar su propia máquina.

Internet puede, en este momento, en el que no se encuentra regulada, acumular tal cantidad de información que nadie podrá dominar ni seleccionar ni saber qué cosa es basura o qué cosa es buena. Al menos con los periódicos o los libros puedes saber cuál es la diferencia entre un artículo de *The New York Times* o del *The New York Post*.

La privacidad se ha perdido. En el pasado no había privacidad porque los pueblos eran tan pequeños que todo el mundo sabía qué estabas haciendo. Luego disfrutamos de dos o tres siglos de grandes ciudades, donde podías hacer lo que quisieras sin que nadie supiera.

—¿Es posible instalar Arcadias a nivel mundial o estamos hablando solo del primer mundo?

—Hasta donde sé, en este momento Internet es más usada en la India que en Nueva York. Obviamente no por todo el mundo, sino por mucha gente que ha descubierto que esa es una vía para mantenerse en contacto con el mundo. Hace cinco años, cuando Internet comenzó a ser usada, a todo el mundo (incluyéndome) le resultaba muy excitante la idea de apretar un botón y tener *Playboy* ante sus ojos. Todos empezamos con *Playboy*. Pero ahora lo han olvidado al descubrir que Internet puede darles otras cosas. Así que ese síndrome de adicción quizá

perteneció a una primera ola. Realmente, si es usada de un modo racional y razonable, Internet puede ser de enorme ayuda para mucha gente. Doy un sencillo ejemplo. Hace cuatro meses dejé de fumar. Claro, había dejado de fumar cientos de veces en mi vida, pero esta vez era en serio. Yo fumaba 60 cigarrillos diarios. Después de dos semanas empecé a tener ciertos síntomas mientras estaba en el campo. No sabía de qué se trataba. Empecé a sentir ansiedad, sudar y a tener insomnio. Hasta que me di cuenta de que podía ser síndrome de abstinencia por la ausencia de nicotina, pero no tenía a quien preguntarle. Traté buscando “Abstinencia” y después de un rato había leído gran cantidad de documentos de Internet que discutían que mis síntomas eran los de la abstinencia de nicotina. No terminaron los síntomas pero supe que debía tomar más agua, comer bananas, ingerir potasio y cosas por el estilo. Así que Internet no puede salvar tu vida aunque sí hacerla más cómoda.

—En un artículo reciente, Gore Vidal dice que hoy en Estados Unidos más de 30 millones de ciudadanos son vigilados por cámaras de seguridad mientras las conversaciones telefónicas de otros dos millones están siendo grabadas. ¿No estamos en 1984?

—Es verdad, pero no teníamos que esperar que Internet apareciera para llegar a eso. El

hecho de que las tarjetas de crédito remiten a un increíble control hace que toda la discusión acerca de la protección de la intimidad nos haga confrontar nuevas realidades. La privacidad se ha perdido. En el pasado no había privacidad porque los pueblos eran tan pequeños que todo el mundo sabía qué estabas haciendo. Luego disfrutamos de dos o tres siglos de grandes ciudades, donde podías hacer lo que quisieras sin que nadie supiera. Ahora estamos regresando, en un sentido en el que McLuhan no estaba equivocado, a la Aldea Global donde estamos siendo vigilados. Tenemos que encontrar la solución a este problema porque... en ciertos estados de Estados Unidos la gente es condenada a muchos años de prisión por implementar conductas sexuales en el interior de sus propias habitaciones. La única satisfacción que podemos tener es que no hay un solo Big Brother sino una comunidad de *Big Brothercitos*.

—¿Cómo ve usted el problema del liderazgo mundial en un momento en el que el único imperio atraviesa una crisis moral y política y parece estar acercándose peligrosamente a una crisis económica?

—Pienso que imperio es una palabra que sobra —dice mientras recorre la barba con su mano izquierda. Cuando los terroristas italianos hablaron con las multinacionales todo el mundo exclamó que eso era un delirio por el precio que reclamaban. Pero nadie dijo nada sobre el hecho de hablar con las multinacionales y el poder que estas tienen. Entonces nos acercamos a un punto en el que la angustia por saber quién es el presidente de los Estados Unidos es cada vez más un evento simbólico y teatral. El poder real está en las grandes corporaciones. Así que será irrelevante determinar quién es el presidente en un país en el que solo vota el 24 por ciento de los ciudadanos. Las corporaciones obviamente son capaces de mover mucho más de ese 24 por ciento de votantes.

—Es decir que las corporaciones determinarán el mapa geopolítico del próximo milenio. ¿No hay posibilidad de una guerrilla anticorporativa?

—Oh, oh, creo que las guerrillas son algo definitivamente fuera de juego. Hacer una revolución significa transformar una situación en un país dado. En las sociedades globalizadas la situación de un determinado país es completamente irrelevante. Por eso, todo el pensamiento tradicional que romantizaba la revolución ya no funciona. Lo único que puede destruir el sistema del futuro es un gran *black-out*, un apagón en el sistema central, en el cual todo se detiene. Se puede hacer propaganda revolucionaria por Internet y hacer de esto un discurso global. Aun haciendo la revolución en tu país no puedes tocar el equilibrio mundial. No puedes tocar el mundo en el que vives debido a las regulaciones que mantienen el balance. Hoy en día si ni siquiera se te permite hacer una guerra sin pedir permiso mucho menos se permite hacer una revolución.

—**Aunque hemos llegado a la aldea global, culturalmente, ¿podemos hablar de globalización o quizá es mejor pensar en una americanización global?**

—Bueno, incluso allí, no sé. ¿Qué significa americanización cuando en este momento el 30 por ciento de los estudiantes de Harvard y Yale son asiáticos? Tenemos que pensar que en treinta o cuarenta años Estados Unidos será mucho más amarilla que blanca o negra. No cabe duda de que en la segunda mitad de este siglo Estados Unidos dominó el mundo. Pero no hay nada que diga que en el próximo siglo el mundo no estará influido por otros modelos. Tomemos el ejemplo de la comida. Solo algunos italianos estúpidos piensan que la cocina de Estados Unidos es McDonald's. Los estadounidenses comen cualquier cosa menos McDonald's. La cocina de Estados Unidos está cambiando no solo por la cantidad de restaurantes italianos o japoneses; si vas más allá encontrarás algo que no es italiano, japonés o francés y esto pasa en numerosos dominios que no son la cocina: literatura, arte, arquitectura. Quizá en cincuenta años ya no estaremos viendo el modelo americano en el sentido blanco-anglosajón-prottestante, tal vez el modelo cultural no será producido en Estados Unidos sino en Pekín.

LA DECEPCIÓN DE BORGES

—**Alguna vez usted dijo que el futuro del lector era la conjuntivitis.**

—¿El futuro de quién era qué? Perdón, ¿qué fue lo que dije?

—**Okey, estemos de acuerdo en que el libro va a sobrevivir.**

—Sí, estemos de acuerdo.

—**Entonces, ¿cómo explica usted el fenómeno de ansiedad en torno a la muerte del libro?**

No hay ansiedad. La ansiedad sobre ese tema es algo que inventó la gente de los periódicos. Es una enfermedad de una parte reducida de la sociedad.

Sucede que en cada temporada hay ciertas cosas que son puestas a circular como, por ejemplo, que el libro va a desaparecer. Todos los periódicos están ansiosos por hablar de esto. ¿Nos encontramos ante la muerte del libro y la escritura?, es la pregunta típica para un editor que cree, literalmente, ser capaz de escribir textos de filosofía. Incluso los periodistas sabían que la computadora no sería un sustituto porque ellos mismos estaban escribiendo con computadoras. Los editores publican una noticia X, la misma noticia aparecerá en otro periódico. Así se crea la ansiedad en torno a la muerte del libro.

—**Usted dice entonces que la noticia es una de nuestras supersticiones modernas.**

—No, estoy diciendo algo más: la prensa está enferma por los nuevos medios de comunicación y algunas veces deviene en un medio meramente autorreferencial. Los periódicos hablan solo en términos de la televisión porque solo así pueden seguir el ritmo de la televisión e Internet. Esto ha traído consecuencias trágicas para la prensa porque le ha hecho perder su fin principal. Esta mañana no tuve tiempo de ir a comprar el periódico italiano pero en Internet estaba toda *La Repubblica*. Obviamente es más placentero tener el periódico en tus manos —dice desplegando sus brazos y acomodando sus lentes bifocales como si leyera la página de política—... pero, virtualmente,

Bueno, incluso allí, no sé. ¿Qué significa americanización cuando en este momento el 30 por ciento de los estudiantes de Harvard y Yale son asiáticos? Tenemos que pensar que en treinta o cuarenta años Estados Unidos será mucho más amarilla que blanca o negra.

lo tenía. Escribí un largo ensayo, que aparece en *Cinco escritos morales*, analizando el problema de la prensa italiana. Me atrevo a decir que ese problema responde, aproximadamente, a la situación mundial de la prensa. La prensa escribe cada vez más y más sobre televisión y esto es como si la Renault estuviera haciendo carros y los promocionaran con avisos que dicen “Hecho por Citroën” o latas de Coca-cola con el logo de Pepsi.

Los periódicos están robando información constantemente de su mayor adversario. Y con el fin de tener muchas páginas y publicidad inventan temas. El director de un periódico A lee el periódico B y dice: “Ah, mira lo que hicieron ellos. Tú, fulano, haz un artículo sobre eso” —explica Eco apuntando con el dedo a un periodista imaginario. Estas son advertencias en contra de la idea misma de competencia. Si ellos dijeran: “Ellos hicieron tal artículo, nosotros tenemos que encontrar un nuevo ángulo o un nuevo tema para derrotarlos”, perfecto. Pero no, ellos dicen: “Hey, tú haz el mismo artículo”. Me sucede regularmente que cuando ofrezco una entrevista a un periódico italiano empiezo a recibir llamadas de todos los periódicos diciéndome: “Umberto queremos que nos des la misma entrevista”. En vez de decir: “Bueno, hicieron una entrevista con Eco, debemos hacer una entrevista con fulano de tal”, pero no, ¡ellos quieren la misma! Me parece que se trata de una pérdida de identidad ante los nuevos medios de comunicación. No saben exactamente qué deben hacer.

—Usted...

—Atención: ¡No estoy diciendo que la prensa va a desaparecer! El público cambia...

—¿Cree usted que la prensa debe ir al diván para hacerse psicoanálisis?

—Creo que la prensa atraviesa una crisis de identidad y, por lo tanto, debe redefinirse.

—Usted le dijo a la revista *Wired* que James Joyce es un autor que siempre estuvo *on line*. Jugando con esta idea...

—Ah, aquí está, quieres que diga lo mismo que le dije a la revista *Wired*.

—No, no, le juro que no... jugando con esta idea, ¿cómo piensa usted que hubiera sido Borges si hubiera vivido en los tiempos de la Internet? Borges, el autor de los hipertextos.

—La red es un invento completamente borgeano. Es como *El Aleph*, la verificación del sueño más salvaje de Borges. Pero Borges estaría apenado por el hecho de que la realidad hubiera derrotado a la ficción. Quien sabe, quizá sí hubiera escrito algo distinto. La red es “Funes, el memorioso”, pues el aspecto desquiciado de la red es la imposibilidad de seleccionar información. Esto llevará a la misma crisis de Funes, quien estaba impedido de tener una vida normal porque recordaba demasiado sin seleccionar. La función de las grandes instituciones como las universidades y las academias científicas, e incluso las editoriales, ha sido por los siglos de los siglos no solo coleccionar información sino también botarla: “esto es irrelevante, esto otro también, esto es basura...”. De otra manera, estarían saturados de información innecesaria. Pero ahora hay una institución, que es Internet, para la cual no existe la basura: todo tiene la misma dignidad.

—Entonces qué piensa usted...

—Habrà que inventar nuevas maneras de enfrentarse con esta realidad. En vez de estar preguntándose si Internet va a destruir al libro y tal y tal, hay que enfocarse en enseñar en las escuelas cómo seleccionar información.

—Una cesta de basura para Internet.

—Voilà. Una de las posibilidades para la prensa es convertirse en una entidad dirigida a seleccionar información de Internet. La idea es hacer una reseña crítica de la misma manera que se hace crítica de cine o de libros. Como cuando *The New York Times* y *Los Angeles Times* dicen: “esto es basura” y confías en ellos porque hay alguien que está trabajando para ti; como los católicos confían en los periódicos católicos, los capitalistas deben confiar en los capitalistas: “No abra tal *site*, abra tal otro”.

—Usted dice que el mundo está gobernado por mitos como el fútbol. Sin duda la tecnología ha engendrado nuevos mitos. ¿Qué otros mitos cree usted que gobiernan al mundo?

—El teléfono celular es la nueva superstición que vuelve loca a la gente. Es absolutamente irracional usarlo como un símbolo de estatus porque en realidad es un símbolo de inferioridad social. ¿Por qué? Porque Rockefeller no tiene celular, pero sí cincuenta secretarías que atienden sus llamadas. Si tienes celular eres un esclavo, debes atenderle cada cinco minutos a tu jefe o cada media hora a tu esposa. Esto es irracional como cualquier superstición. Lo que me sorprende es que la gente esté tan feliz de mostrar su inferioridad.

—Por cierto, señor Eco, siempre me he preguntado: ¿cómo hace usted para escribir tanto? ¿Escribe todo de un tirón? Lo digo porque su escritura parece tan fluida.

—La verdad es que todo depende de qué es lo que se escribe. Cuando escribo un artículo lo que más me lleva tiempo es la edición. Digamos que lo escribo en 50 minutos y gasto otros 45 corrigiéndolo.

—¿Y las novelas?

—La novela es otra historia. Cada página de una novela hay que escribirla por lo menos veinte veces. Okey, ¡ya tienes material para escribir un libro! —exclama dirigiéndose a la puerta de Dean and DeLuca.

—Bueno, señor Eco, *gracie mile*.

—Prego.

EPÍLOGO

Eco da un vistazo a la calle. “¿Vas subiendo? ¿Caminamos? Antes de ir al sitio donde voy quiero pasar por un kiosco de prensa internacional”, dice, emprendiendo la marcha sin advertir que apenas dejamos atrás una librería en cuya vitrina se exhibe un póster con su imagen promocionando *Serendipities (La fuerza de lo falso)*, su más reciente libro. Sin ninguna pregunta “inteligente” bajo la manga, trato de matar el tiempo echando mano a mi arsenal de preguntas tontas. ¿Cómo se relaja ante tanta demanda por parte de la fama?, ¿qué hace cuando no hace nada? “Caminar e ir de compras. La verdad es que comprar me relaja mucho”.

—A propósito, cuando escribía la *Isla del día anterior* se fue a los mares del Sur y se afeitó la barba, ¿qué nueva travesura está preparando para sorprender a sus lectores de ficción?

—No te voy a decir lo que me voy a cortar ahora. Lo único que te digo es que no pienso ser un eunuco. Cuando me quité la barba fue porque me molestaba para ponerme la máscara de buceo y también porque después de veinte años sin cortármela quería ver otra vez mí cara en el espejo.

—Entonces, ¿qué anda escribiendo?

—No suelo hablar de los trabajos que no he terminado, no por superstición, sino porque algunas veces crees que estás escribiendo algo que vas a publicar y de pronto descubres que no es lo que pensabas que era. Tengo ideas y curiosidades, pero quién sabe.

—¿Acerca de qué?

—Quizá una nueva novela —dice a punto de revelar el secreto.

—¿Algo de misterio o de ciencia ficción?

—Ummmmmm... Sabes, no puedes ser tú la única persona privilegiada en el mundo que sepa qué estoy haciendo.

—Sólo el título.

—Te digo el título te digo todo.

Con nostalgia, con alegría, lo veo desaparecer en un punto más allá del bien y del mal. ¿Recordarán su nombre los lectores dentro de cien años? Apuesto que sí. Reto a todos los lectores de esta página a que nos encontremos dentro de un siglo para comprobarlo. *It's a deal!*

BORIS MUÑOZ

Licenciado en Comunicación Social por la UCV.

Fue editor jefe de la revista Exceso. Colabora regularmente en diversas publicaciones de América Latina y en el Portal Prodavinci de Venezuela. En el año 2000 recibió la Beca del Instituto de Humanidades de Dartmouth College.

Nota: esta entrevista ha sido tomada del Portal Prodavinci.

La presencia de una ausencia

Una huella es el registro de algo que estuvo, se fue, pero, sigue presente de otra manera. En el tránsito creativo las huellas que dejamos son constancia de un acontecimiento. Instante atrapado dentro del espacio y el tiempo. Pero no cualquier estímulo deja huella. Ya que, el cerebro no es una esponja que lo absorbe todo. Existen filtros internos los cuales seleccionan, asocian y registran solo los instantes de experiencia de vida significativa que nos marcan dentro de un entorno y un contexto determinado. Huellas que el artista almacena en su cerebro emocional. Este tipo de memoria no guarda una réplica exacta de una sensación. Almacena una reconstrucción mental que ha sido sometida a tamicos y propensiones, la cual es capaz, en el proceso del hacer y el pensar, de transformarlos en expresión estética.

Las propuestas que nos presentan los integrantes del grupo PRISMA se conforman a través de un transitar aditivo de instantes. Donde se manifiesta el ir y venir que determina un proceso. Imágenes que hablan del reencuentro con huellas que habitan la memoria como constancia de una experiencia de tiempo vivido, del espacio compartido, de la realidad absorbida, vivencias guardadas en lo más profundo de la memoria sensorial.

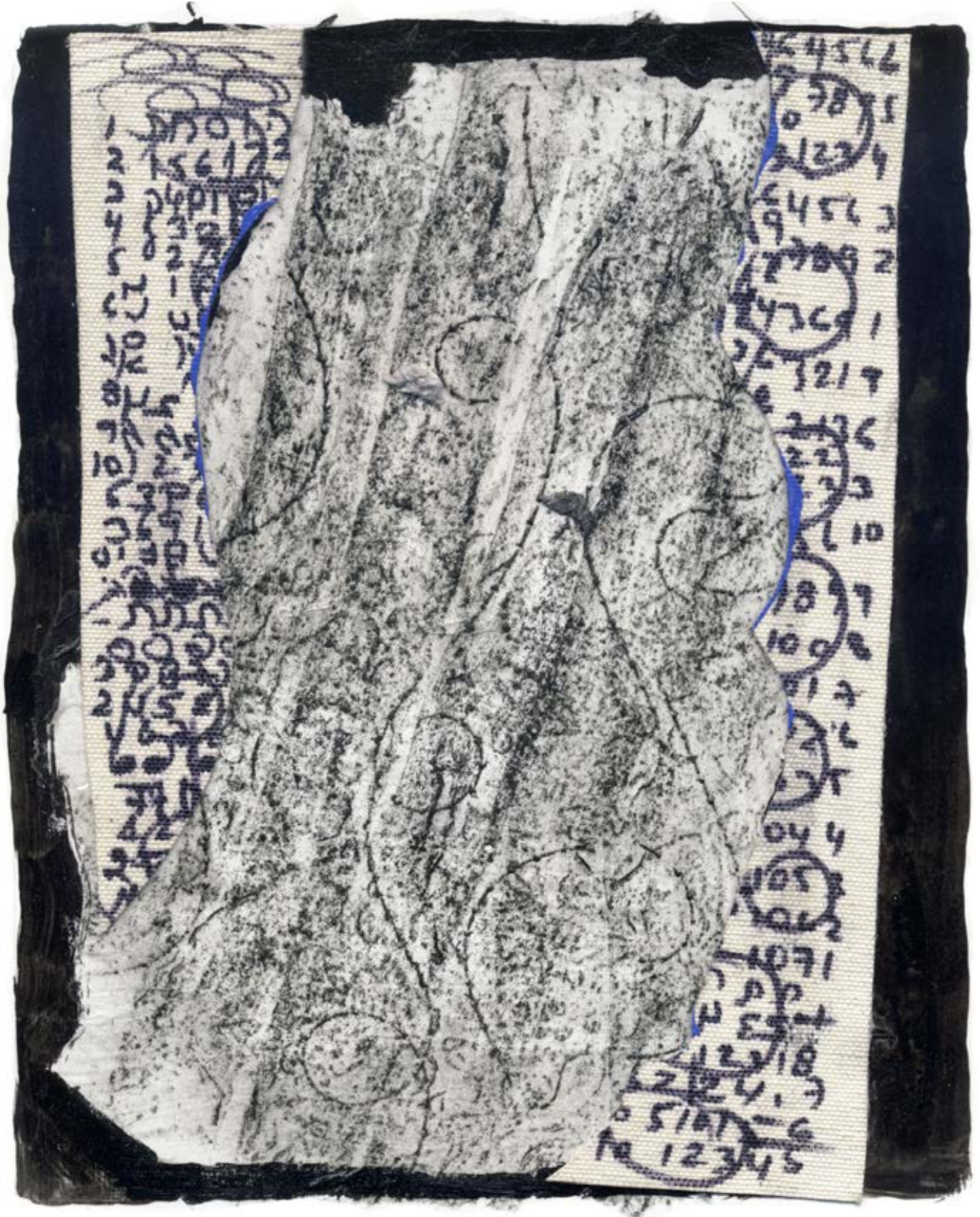
El instante creativo da origen a la expresión estética. La cual solo se manifestará si nos preparamos y sumergimos intencionalmente dentro de un estado

preparatorio fértil. Si movilizamos la energía inicial que desencadenará otras fuerzas en función de encontrar el norte perseguido.

Los trabajos del grupo PRISMA obedecen a una experiencia pre-reflexiva. En su mayoría se originan en la inmediatez emocional que les ofrecen las múltiples y sucesivas aproximaciones del hacer. Proceso que permitió, mediante una actividad mental selectiva, la develación de la forma, idea o concepto a través de la reflexión de lo que detona la acción. Estamos ante un conjunto de soluciones plurales donde la forma más que representar, evoca algo. Son vehículos de una expresión nacida del oscuro fondo del inconsciente. Hablan de la vocación expresiva de la materia a través de la mancha, el garabato, el borrón y el error. Cada uno tiene un carácter profundamente personal. Signos, huellas del vocabulario, de la sintaxis espiritual de cada artista.

PRISMA Taller de pintura contemporánea conformado por un grupo de artistas bajo la coordinación general de Julia Cohen e integrado por: Belinda Celta, Alicia de Lima, Beatriz Baumgartner, Rodrigo Aguilar Parra, Odila Servat, Carolina Senior, Frida Varnagy, Carmen Cruz Seekatz, Mary Zaitzman, Meryllinda Altman y Belkys Plaza de Palmer.

VÍCTOR HUGO IRAZÁBAL



GALERÍA DE PAPEL FRIDA BRONFENMAIER DE VARNAGY / 2016