
LA COMUNICACION EN LOS ANDES VENEZOLANOS

En la región cordillerana de Los Andes hay casi dos millones de habitantes. Se calcula, en términos bastantes optimistas, que el mensaje de los medios de comunicación social, a través de diversos canales, llega a dos terceras partes de esa población.

A continuación y en forma de reportaje presentamos una visión panorámica de la situación actual de los Medios de Comunicación Social en la región andina. Para ello hemos formulado varias preguntas al Lic. Pedro José Pérez Vivas, comunicador social de amplia trayectoria y buen conocedor de su región de origen. El mismo ha sido Director del "Diario Católico" de San Cristóbal y colaborador frecuente de los demás periódicos de la región andina. Actualmente se desempeña como Jefe de la División de Análisis de Prensa, Radio y Televisión dentro de la Secretaría Técnica adscrita al Ministerio de Información y Turismo .

1. ¿Qué medios impresos son más leídos en la región?. ¿Cuáles de esos medios responden mejor a los intereses propios de la región?. ¿Cuáles de ellos son originarios de la misma, o pertenecen a Bloques o Cadenas con sede en la Capital de la República?

La prensa capitalina llega diariamente a las capitales de estado y poblaciones de importancia.

Entre los medios impresos capitalinos más leídos en los tres estados andinos podemos enumerar a EL NACIONAL, ULTIMAS NOTI CIAS, EL UNIVERSAL. Entre las revistas caraqueñas, VENEZUELA GRAFICA, ELITE, MOMENTO, BOHEMIA, SEMANA, RESUMEN, ZETA. Del Zulia penetran PANORAMA y CRITICA que tienen aceptación, especialmente, en la numerosa colonia zuliana.

El Táchira es el estado que cuenta con mayor volumen de prensa local: DIARIO CATOLICO, DIARIO DE LA NA-- CION, VANGUARDIA y el CENTINELA.

Mérida tiene EL VIGILANTE y Trujillo EL -- TIEMPO, de Valera. Hay algunos otros medios semanales o quin cenales de ámbito de circulación muy restringido, casi a ni vel local.

La prensa capitalina, aunque tiene correspon sales en las capitales de estado, no responde a los intere ses propios de la región. Aún más, no toda la prensa regio nal aborda los temas locales, la problemática del área andi na, con eficacia. Los anuncios, gran parte de la capital de la república y de entidades oficiales, copan páginas enteras.

En los Andes todos los medios impresos son de la región, no pertenecen a bloques o cadenas foráneas, si no a pequeñas empresas comerciales e instituciones eclesiás ticas.

2. ¿Qué emisoras de radio tienen mayor audiencia? ¿Qué emiso ras de radio responden mejor a los intereses de la región? ¿Cuáles de esas emisoras son originarias de la región, o -

pertenecen a Bloques o Cadenas con sede en la Capital de la República?

En el campo de la radiodifusión, se observa una gran penetración de las emisoras colombianas que interfieren a las radios locales. Se sintonizan canales como los de RADIO CONTINENTE y RADIO RUMBOS de Caracas. En la Zona Panamericana se escucha también las radios zulianas.

En el Táchira cuentan con mayor audiencia las siguientes emisoras locales: ECOS DEL TORBES, RADIO TÁCHIRA, RADIO VISION, RADIO SAN SEBASTIAN, RADIO SAN CRISTOBAL, RADIO SUCESOS y RADIO EL SOL.

En Mérida, RADIO LIBERTADOR, RADIO UNIVERSIDAD, RADIO LOS ANDES y RADIO TOVAR. En Trujillo RADIO TRUJILLO, RADIO VALERA.

Desde hace cuatro años, bloques empresariales caraqueños han comenzado a comprar emisoras en situación económica deficitaria. En Táchira adquirieron la antigua RADIO JUNIN, que era propiedad de la Diócesis. El bloque local de ECOS DEL TORBES también compró RADIO EL SOL, de La Fría, igualmente propiedad de la Curia sancristobalense.

En general, las emisoras sirven a los intereses regionales mediante programas de opinión y de servicio público. En sus noticieros se hacen eco de los problemas que confrontan la capital estatal y las demás poblacio

nes interioranas.

3. ¿Cuál es su opinión personal sobre la situación global de la Comunicación Social en la región?. ¿Qué prioridades señalaría Ud. para el diseño de una adecuada política de comunicación en la región?

En mi opinión personal, los medios impresos de toda la región que han logrado niveles de superación son DIARIO DE LA NACION y DIARIO CATOLICO de San Cristóbal. El primero más que el segundo. Aquel tiene 16 páginas grandes, en dos cuerpos, usa colores, sistema de impresión offset, el segundo, 12 páginas tabloide, colores, offset. Ambos - disponen de talleres propios. En reconocimiento a méritos incuestionables en su campo, obtuvieron el Premio Nacional de Periodismo. Sus columnistas, en general, son profesionales, que escriben para la prensa como hobby y vocación de servicio; redactan correctamente; enfocan acertadamente muchos problemas de índole social; contribuyen a orientar la opinión. Sus reporteros y camarógrafos, en su mayoría, se han formado trabajando; algunos con experiencia en los medios informativos de Colombia. El personal de talleres, en buena parte, es de procedencia colombiana por los sueldos que les reportan ventaja con el cambio de la moneda.

DIARIO DE LA NACION y DIARIO CATOLICO circulan diariamente en las capitales de Mérida y de Barinas, el primero, sobre todo, al pregón y el segundo, por suscripciones. Confrontan dificultades económicas. Los demás diarios están retrasados en todo sentido y viven en penuria,

con un tiraje reducido; se sostienen sobre todo, por qui-
jotismo y de la ayuda oficial mediante avisos y suscripcion
es.

En la radiodifusión ha habido progresos. La radiodifusión en el Táchira, la más avanzada, se ha superad
o por la fuerte competencia local y por los aportes técnic
os y humanos que ha recibido de la radiodifusión colombian
o. Incuestionalmente, la radiodifusión tachirense es de lo
mejor que hay en el país.

Globalmente, la comunicación social en la -
región es buena.

Para una adecuada política de comunicación social en el área andina, señalaríamos lo siguiente:

1º - Los medios impresos y radiales tiene -
que dar mayor prioridad a lo regional, a la problemática -
de los diversos sectores poblacionales para que los consid
eren como sus voceros. El campesinado necesita que los med
ios lo tomen en cuenta. Los medios impresos y auditivos
requieren abordar sus temas de interés.

2º - Los medios impresos, para subsistir por
su esfuerzo propio, precisan modernizarse y penetrar áreas
más extensas dentro de la región, venciendo dificultades de
transporte para llegara la calle antes que la prensa capital
ina caraqueña.

3º - Será menester que algunos medios, especi
almente propiedad de instituciones como los periódicos al

servicios de las circunscripciones eclesiales, se refundan en una sola empresa periodística para cubrir con mayor eficiencia el área regional. No es económico invertir uno o dos millones de bolívares en costosa maquinaria e instalaciones para editar tres o cuatro mil ejemplares diarios que hoy se pueden tirar en media hora.

40 - La región andina, con un campesinado numeroso, debería tener un medio impreso especializado como lo hay en Colombia, que salga, a lo menos, semanalmente.

50 - Los medios impresos requieren de ayuda oficial, pero ésta se debe acordar en base a los esfuerzos que se hagan internamente por modernizarse y responder a una problemática regional y no para mantener voceros que nadie lee y no ejercen ningún influjo en el ámbito. Llenaron su cometido en una época que no es la actual: se modernizan o se mueren, pero no deben convertirse en mendigos - ni en carga para el Estado.

60 - Las radios tendrán necesariamente que manejarse con criterio de empresa y encuadrarse dentro de cadenas regionales.

70 - La región es propicia para una emisora destinada al campesinado como las Escuelas Radiofónicas de Colombia. En Mérida hubo un ensayo.
