

él insospechadas. En este domingo último de noviembre el fenómeno fue a la inversa. Venezuela se abrió y se mostró con sus cuatros y sus arpas, sus cantares y su folklore al mundo del argentino o colombiano, mexicano o español, sin que éstos tuvieran que abandonar el rincón hogareño. Es todo un símbolo al tiempo que una realidad. El símbolo de la revolución copernicana que en la forma del saber nos impone la TV.

REVERSION DEL MOVIMIENTO

En la cultura anterior de corte renacentista, el libro abre las puertas del saber y de la ciencia a la humanidad. Una humanidad que reverencialmente se acerca al conocimiento, impulsada y movida por el ansia de conocer. A este movimiento del hombre hacia el conocimiento se contraponen hoy el movimiento del conocimiento hacia el hombre. Como Venezuela entera se abre y se da al mundo de naciones hermanas, la ciencia toda se abre, se manifiesta al hombre. De esta forma el hombre está en situación de poder aprender, conocer pasivamente, sin esfuerzo personal suyo, la ciencia que tantos esfuerzos le costara otrora. El hombre recibe una información más que informarse él mismo.

LOS PROS Y CONTRAS

Los peligros y las ventajas saltan a la vista.

Por una parte desaparece esa mutua colaboración entre autor y lector. Hasta el momento, el peso de la cultura recaía en esta colaboración activa, eficaz, de los espíritus. El grado de asimilación y el margen de interpretación determinaban la personalidad, formaban el carácter, despertaban la curiosidad, fundaban los juicios.

NUEVAS RESPONSABILIDADES

Todo cambia hoy con los Medios de Comunicación Social y en particular con la TV. Los goznes en que se funda y se fundará el conocimiento del hombre de nuestros días varían. Responsabilidad no pequeña en este nuevo quehacer la tienen todos esos directivos y responsables de la TV para que la ciencia que se presente al público receptor sea auténtica y no espuria. La auténtica angustia que se apodera de las personas conscientes al palpar que no siempre es la TV vehículo de vida, sino instrumento letal del espíritu.

Por el contrario, este nuevo medio de relación —como el Papa lo expresaba— con el resto del mundo debe ser para todos una invitación a intensificar el sentido de hermandad y comprensión entre los hombres y las naciones todas de la tierra, y a la vez estímulo para trabajar unidos en el común ideal de auténtico y rápido progreso.

La información y la propaganda del Gobierno Nacional

según análisis del Dr. Rodolfo José Cárdenas,
Director de la Oficina Central de Información

- 1) Todos los Gobiernos, desde Pisítrato hasta los Gobiernos modernos, los democráticos y los totalitarios, han hecho y hacen propaganda. El problema está en los valores que la propaganda difunde y en los medios de que se vale. Como ha escrito Fernand Terrou, "la propaganda puede ser un medio útil de explicación, o bien de perversión y hasta de domesticación". Nuestra propaganda es democrática, objetiva, pacifista, nacionalista, racional e informativa.
- 2) Nuestra mejor propaganda son los hechos que produce diariamente la Administración, las programaciones enunciativas, los ideales pregonados y las realizaciones entregadas. En otras palabras, el Gobierno Caldera es noticia y ser noticia es tener propaganda.
- 3) El Gobierno informa a la comunidad no sólo como un derecho, sino como un deber. Un pueblo informado participa en su Gobierno. La información cabal es un estadio primario de la democracia de participación.
- 4) Nuestra propaganda respeta e inculca valores humanísticos; la solidaridad, la dignidad humana, la paz, la libertad, la justicia, el desarrollo integral y armónico. Está fundada en lo afirmativo, y nunca presenta al país dividido en bandos, ni arroja sombras contra nadie.
Un factor esencial en la valía de toda información o propaganda es que el país **crea** lo que se dice. A este Gobierno el país **le cree**.
- 5) Hay valores en este Gobierno que repercuten directa y favorablemente en la importancia, la calidad y el impacto de nuestra información: por ejemplo, la absoluta libertad de pensamiento, de expresión, de creación, de opinión y de información que hay en Venezuela para todos los sectores y todas las individualidades.
- 6) Se lleva una excelente relación humana con los periodistas de todos los medios, relación que valora el importante papel contemporáneo del comunicador social.
- 7) El Gobierno está diariamente atento a las expresiones de la opinión, las valora y las atiende. Esto, como siempre ocurre, origina reciprocidad.
- 8) Se ha mejorado la calidad artística creativa de la publicidad gubernamental, hasta el punto de que compite y recibe elogios de calificados voceros de la publicidad privada, que en nuestro país es de gran categoría técnica.
- 9) Se han dado pasos en la coordinación de algunas actividades de información y propaganda oficial, lo cual trae ahorros en el gasto, más efectividad del mismo y una imagen armónica del Gobierno a través de todas sus dependencias. La OCI tiene ahora, en este Gobierno, una relación periódica de enlace gubernamental con las oficinas de Relaciones Públicas de 13 Ministerios, 22 Institutos Autónomos, 9 Empresas del Estado, 3 Organismos de la Administración Central, 7 Establecimientos Públicos de otra categoría, más las 23 Gobernaciones. No ha sido fácil iniciar, reglamentar y mantener esta relación gubernamental a ese nivel, en una actividad tan diseminada como antes la de la información y la propaganda gubernamental, pero la ganancia que el Estado obtiene bien vale el esfuerzo.
- 10) Con todo, los mejores logros en la OCI, los más permanentes, los más universales, no están en el campo de la información y la propaganda, sino en los medios de comunicación social del Estado venezolano. Lo alcanzado y lo que se va a alcanzar en TVN-5 y Radio Nacional responde al concepto de utilización de estos poderosos medios de orientación de la mente humana, con una finalidad cultural, de recreación, de servicio informativo y de pedagogía social.