

CENTRO GUMILLA

# comunicación

Estudios venezolanos de comunicación • 1<sup>a</sup> trimestre 2019 • N° 185



## ESTADO DEL ARTE

**Director**

Marcelino Bisbal

**Editor adjunto**

Consejo de Redacción

**Consejo editorial**

Jesús María Aguirre  
Marcelino Bisbal  
Andrés Cañizález  
Gustavo Hernández  
Carlos Delgado Flores  
Humberto Valdivieso  
Víctor Manuel Álvarez Riccio  
León Hernández

**Consejo Fundacional**

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

**Colaboradores**

**del presente número**

Mariengracia Chirinos  
Alberto Barrera Tyszka  
Johanna Pérez Daza  
Humberto Jaimes  
Espacio Público  
Boris Muñoz  
Alfonso Molina  
Sandra Botero

**Revisión**

Marlene García

**Asesor Gráfico**

Víctor Hugo Irazábal

**Diseño 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**  
DC2017000627  
ISSN: 2542-3312

**Visite nuestra página en la web:**  
<http://www.gumilla.org>

*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 Latindex (Catálogo de revistas)

# 40 años **comunicación**

Nº 185 | Estudios venezolanos de comunicación • Centro Gumilla

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

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>Estado del arte</b> .....	2
	<b>Periodismo sin periodistas: la extinción de una profesión y la pérdida del objeto de estudio</b>	
	Jesús María Aguirre .....	7
	<b>Prosumidores, audiencias y consumo cultural en Venezuela (2005-2018)</b>	
	Gustavo Hernández Díaz .....	19
	<b>Investigación venezolana en mediaciones digitales (2008-2018)</b>	
	Carlos Delgado Flores .....	39
	<b>Mayores restricciones, más escrutinio</b>	
	Mariengracia Chirinos .....	48
	<b>Trayectos de la comunicación alternativa –Investigación y praxis–</b>	
	Johanna Pérez Daza .....	66
	<b>Comunicación organizacional en un clic</b>	
	Humberto Jaimes .....	75
	<b>Pensar en medio de la tormenta</b>	
	<b>–la investigación y reflexión en Comunicación Política en Venezuela 2000-2018–</b>	
	Andrés Cañizález .....	89
	<b>Situación general del derecho a la libertad de expresión en Venezuela (enero-diciembre de 2018)</b>	
	Espacio Público .....	101
<b>UN LEGADO PARA RECORDAR</b>	<b>Teodoro Petkoff, un faro para los demócratas</b>	
	Boris Muñoz .....	115
	<b>Una memoria particular –el adiós de Pablo–</b>	
	Alfonso Molina .....	119
	<b>La última entrevista a Luis Aníbal Gómez: “Estoy en mis cuarteles de invierno”</b>	
	Andrés Cañizález .....	121
<b>ÍNDICE</b>	<b>Índice general de artículos 2018</b>	
	Dorys Rengel .....	129
<b>GALERIA DE PAPEL</b>	<b>La fotografía periodística o la interpretación de lo real</b>	
	Marcelino Bisbal .....	136

# ESTADO DEL ARTE

I

Este nuevo número de la revista, que corresponde al primer trimestre del año, ha roto con lo que es su estructura formal de contenido tradicional. Los ensayos no están agrupados en las secciones que vienen caracterizando a *Comunicación* desde hace ya algunos años. Hemos querido ofrecerle al lector todo un conjunto de trabajos que intentan dar cuenta del estado de la investigación comunicacional en diversas áreas de la disciplina. De ahí que el título del número sea ESTADO DEL ARTE. Porque el estado del arte de una ciencia o de una asignatura es una investigación documental que nos permite saber cuál ha sido el conocimiento acumulado en un área específica de estudio, en nuestro caso en el de la comunicación e información. Cuando se habla del estado del arte de una disciplina, su abordaje implica contextualización de las investigaciones llevadas a cabo, clasificación de ellas desde la metodología o metodologías empleadas y finalmente, la categorización de las investigaciones.

La intención del equipo de redacción ha sido, ojalá lo hayamos conseguido, darle a los investigadores y estudiosos de las comunicaciones, incluso a los curiosos que se interesan por el campo de la comunicación, un panorama-diagnóstico de lo investigado y estudiado en el país a lo largo de todos estos años, cuál ha sido la trayectoria investigativa y hacia dónde nos orien-

*El estado del arte es una investigación documental sobre un objeto de estudio, que admite entender y construir nuevos contextos generadores de investigación. Mostrar enfoques y tendencias en distintos ámbitos de estudio (político, epistemológico, metodológico y pedagógico).*

**RAGNHILD GUEVARA PATIÑO, COLOMBIA**

tamos a partir de esos diagnósticos o balances obtenidos.

*Comunicación* ha tratado de hacer un repaso de lo investigado en determinadas áreas de la comunicación e información en el país y en los últimos años: periodismo y periodistas, audiencias y consumo cultural, mediaciones digitales, libertad de expresión y censura, comunicación organizacional, comunicación alternativa y comunicación política. Los ensayos ofrecidos en esas temáticas intentan no solo diagnosticar o repasar lo hecho hasta ahora y en un lapso de tiempo, sino que también nos contextualizan los trabajos o investigaciones llevados a cabo en las áreas escogidas, nos presentan una clasificación de esos trabajos desde la o las metodologías empleadas y finalmente los resultados obtenidos.



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Juan Barreto (Agence France-Presse).

II

Cerramos este nuevo número de *Comunicación* con lo que hemos llamado “Un legado para recordar”. Bajo ese título hemos querido resaltar la labor periodística, comunicacional y humana de tres figuras que nos dejaron este año: Teodoro Petkoff bajo la lupa del periodista Boris Muñoz (“Teodoro Petkoff, un faro para los demócratas”); Pablo Antillano recordado por Alfonso Molina quien es el director del portal digital *Ideas de Babel* (“Una memoria particular. El adiós de Pablo”) y Luis Aníbal Gómez quien es evocado por el investigador y miembro de la revista Andrés Cañizález, a través de una última entrevista que le concedió (“La última entrevista a Luis Aníbal Gómez: ‘Estoy en mis cuarteles de invierno’”).

Por corresponder este número al primer trimestre del año, ofrecemos, como de costumbre, el “Índice general de artículos 2018”.

III

Todo este número ha sido ilustrado (“Galería de papel”) con la muestra de fotoperiodismo más importante del mundo. Se trata de las fotografías ganadoras del concurso anual World Press Photo en su edición 61 (2018). Las fotografías fueron concedidas para su publicación por el Centro Cultural Padre Guillermo Plaza, lugar donde se realizó la exposición con el apoyo del Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS Venezuela). Este material nos da la idea de la relación entre la fotografía en cuanto síntesis de la realidad y en cuanto obra de arte.



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Juan Barreto (Agence France-Presse).



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Juan Barreto (Agence France-Presse).



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Alain Schroeder(Reporters).



# Periodismo sin periodistas: la extinción de una profesión y la pérdida del objeto de estudio

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Nunca, como en el presente, el periodismo y por ende los periodistas habían sido objeto de tanta observación minuciosa. No solo por los cambios que ha sufrido la profesión, sino por el desarrollo que han traído consigo las llamadas TIC y que han influido en esos cambios. Al punto que hay quienes han profetizado la desaparición del periodismo. En ese sentido, y teniendo esta idea como eje central de la reflexión, el ensayo analiza las cuestiones más relevantes que catalizaron el interés de los investigadores y las líneas de atención prevalecientes en la evolución del periodismo en estos últimos veinte años.

**ABSTRACT** *Never, as in the present, journalism and therefore journalists had been the object of so much careful observation. Not only because of the changes that the profession has undergone, but also because of the development that the so-called ICTs have brought and that have influenced those changes. To the point that there are those who have prophesied the disappearance of journalism. In this sense, and having this idea as the central axis of the reflection, the essay analyzes the most relevant issues that catalyzed the interest of researchers and the lines of attention prevailing in the evolution of journalism in the last twenty years.*

Hay quien ha profetizado la desaparición del periodismo y por ello esta indagación para los profetas tecnológicos no sería sino la descripción de su proceso de extinción, mientras que para los menos apocalípticos, se trataría de una mutación de la profesión que trascenderá la tercera ola.

Nunca históricamente el periodismo ha sido tan observado y cuestionado como en el presente. Los tópicos han ido variando en el tiempo atendiendo a los cambiantes marcos de las socie-

dades en que se han desarrollado los medios y las transformaciones inherentes a la profesión. Veamos las cuestiones más relevantes que catalizaron el interés de los investigadores y las líneas de atención prevalecientes en su evolución en estos últimos veinte años.

Las clásicas preguntas sobre la influencia de los medios, en particular la prensa bajo la etiqueta del cuarto poder, el papel de los periodistas y reporteros en relación con la política, la función cívica y educativa de los diarios,

**Los diseños curriculares, inspirados por Ciespal, ayudaron a deslindar entre el campo del periodismo impreso y el de las comunicaciones publicitarias, pero el mundo electrónico quedó sujeto a interpretaciones arbitrarias hasta la consolidación de la figura del periodista audiovisual.**

compararon la mayor parte de los ensayos y estudios pioneros del periodismo, aún anclado en el papel y la imprenta. Se daba por supuesto qué era un periodista y cuál era su rol, aunque el estatus profesional estuviera en discusión y todavía no se la considerara como un oficio o profesión liberal.

De hecho, ya las taxonomías de puestos de trabajo en los medios impresos estaban bastante consolidadas, tal como podía verse en los documentos del Ministerio de Trabajo, la Ley sobre el Ejercicio del Periodismo, elaborada por el Colegio Nacional de Periodistas (CNP) y las cláusulas de contratación del Sindicato de Prensa (SNTP), tal como demostramos en el estudio *El perfil ocupacional del periodista en Caracas* (Aguirre, 1992).

La transformación operada por la aparición y expansión de los medios electrónicos, sobre todo radio y televisión, a mediados del siglo pasado trastornó el panorama y removió las fronteras ocupacionales, al obligar a separar la función de los periodistas de las plataformas de difusión. Todavía en plena expansión de los medios masivos se hablaba de departamentos de prensa para referirse a los periodistas que cubrían los informativos de la radio y la televisión. Así es como devino la necesidad de distinguir las funciones genéricas del comunicador social y las específicas del periodismo, evitando confundir la mediación técnica –impresa o electrónica– con la función.

Los diseños curriculares, inspirados por Ciespal, ayudaron a deslindar entre el campo del periodismo impreso y el de las comunicaciones publicitarias, pero el mundo electrónico quedó sujeto a interpretaciones arbitrarias hasta la consolidación de la figura del periodista audiovisual.

De nuevo las necesidades administrativas de los ministerios, del CNP y del SNTP profesionales, obligaron a actualizar la nomenclatura y los roles del mercado de los medios masivos así

como a precisar mejor el estatus del periodista, sus funciones y derechos.

En paralelo con las variaciones del mercado laboral y las exigencias de las asociaciones profesionales, la academia y las escuelas de formación conformaron currículos cada vez más especializados para capacitar cuadros y atender las demandas de los medios cada vez más diversificados, como puede verse en el estudio *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela* (Aguirre, 1998), investigación que sintetiza el panorama profesional de los medios masivos con su diversificación de plataformas impresas y electrónicas y a su complejización funcional en subculturas ocupacionales al interior de cada una.

La nueva revolución tecnológica postindustrial, denominada de diversas maneras según los autores desde Daniel Bell en los sesenta a Manuel Castells en los noventa, marca el cambio de época, anunciado estentóreamente por Nicholas Negroponte en su opúsculo *Being digital* –traducido como *Ser digital*– en 1995 con la proclama *el futuro llegó ya*.

## UN INTENTO DE ETAPIFICACIÓN

Las innovaciones digitales de finales del siglo pasado en una carrera acelerada de cambios tecnológicos convulsionaron un campo profesional, que se suponía estabilizado. Ya no se trataba solamente de la añadidura de otro medio a la cuaterna de prensa, radio, cine y televisión, sino de la reconversión de todas las bases establecidas desde las infraestructuras de producción hasta las concepciones de expresión y de articulación social.

Esta transformación digital lleva dos décadas desde que el gurú del MIT realizó anuncios prodigiosos y ha sido progresiva porque, si bien las invenciones cada vez son más aceleradas y sus ciclos indetenibles, su adaptación social y su incorporación al tejido social, como demostraran Everett Roger o más tarde Geoffrey Murphy,<sup>1</sup> requieren cambios en las infraestructuras tecnológicas y una nueva enculturación educativa y comunicacional. Javier Echeverría designará con el nombre de Tercer Entorno a esta revolución sociotécnica, comparable a la de la invención de la escritura o a la de la imprenta.

También ahora el cambio es asincrónico, pues las variantes son notables según el nivel de desarrollo del país, hasta el punto de que se habla de culturas info-pobres e info-ricas, y podemos distinguir al menos tres etapas:

- a) El surgimiento de la digitalización y el uso de computadores en los años setenta, primero *mainframe* (centralizados) y solo una década después de *miniframe* (personales y descentralizados) para las labores periodísticas.
- b) La aparición y difusión masiva de Internet y sus aplicaciones para la búsqueda de información, jerarquización, edición y distribución a través de cable y satélite.
- c) La invención de la Web y la expansión de las Redes Sociales con la comunicación móvil agregada sobre todo en el nuevo milenio.

En una contabilización resumida, referida solamente a la dimensión difusiva, tenemos que mientras que al teléfono le tomó 75 años llegar a los 50 millones de usuarios y a la televisión trece, el Internet lo pudo hacer en cuatro y Facebook en dos. En adelante el crecimiento es exponencial al ritmo del crecimiento de la memoria y velocidad de transmisión (Aguirre, 2015) y los medios periodísticos entran en la incertidumbre respecto a su identidad en esta etapa de postperiodismo.

Pero, además, hay que añadir que la configuración tradicional ha estallado en millones de nodos, y que la comunicación móvil convierte a cada ciudadano en un potencial emisor o medio relativamente autónomo en una inmensa red.

En medio de ese maremágnum apenas parece haber sobrevivido la noción de periodismo como ejercicio de buscar, seleccionar, jerarquizar y difundir noticias. ¿Pero no es esta una actividad que puede ejercerla cualquier ciudadano pertrechado con un teléfono inteligente?, ¿qué distingue al periodista de cualquier otro personaje capaz de difundir novedades a través de su propio medio de comunicación?, ¿no estamos ante una profesión en fase de extinción?, ¿cómo se sitúan los antiguos profesionales en el mundo de los infomedia y de la infocomunicación?

Cuando aún no se habían resuelto plenamente las cuestiones debatidas a finales del siglo XX, la

superposición de las nuevas incógnitas del mundo digital y del tercer entorno cibernético han sumado otros problemas más básicos y urgentes, que obligan a reformular las preguntas desde sus mismas bases epistemológicas. Nociones como información, comunicación, infomediación, infocomunicación, periodismo electrónico, ciberperiodismo, periodismo digital y otras análogas, necesitan una redefinición para ofrecer una mínima claridad antes de ser devorados por los depredadores tecnológicos, la nomenclatura publicitaria y la jerga geopolítica.

Las respuestas a estas preguntas solamente pueden ser dadas a través de la comprobación empírica y no especulando sobre las predicciones de los gurúes del siglo pasado, que anunciaron su desaparición.

Tomando como referencia la publicación de *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela* hace veinte años (1998), voy a tratar de explorar a través de la evolución de la producción nacional, los tópicos de investigación más relevantes en el campo específico del periodismo y afines.<sup>2</sup>

### UNA CLASIFICACIÓN CLÁSICA Y SU DESBORDAMIENTO DISCIPLINAR

Tradicionalmente, siguiendo el esquema de Harold Lasswell, los estudios sobre periodismo se clasificaban a tenor de cada uno de los elementos del proceso de comunicación: a) Emisores -medios y fuentes-, b) Contenidos -mensajes y morfología-, c) Audiencias -lectorías y usuarios, d) Efectos.

A medida que se daban las transformaciones tecnológicas y las correspondientes adaptaciones legales sobre la profesión, también las investigaciones fueron complejizándose, en torno a las tres fases de producción, difusión y recepción con los nuevos presupuestos epistemológicos, que quebraban los modelos lineales y causales.

El cruce con los aspectos disciplinares complejizó mucho el campo investigativo, pues cada aspecto podía ser considerado con un punto de

**En medio de ese maremágnum apenas parece haber sobrevivido la noción de periodismo como ejercicio de buscar, seleccionar, jerarquizar y difundir noticias. ¿Pero no es esta una actividad que puede ejercerla cualquier ciudadano pertrechado con un teléfono inteligente?**

**En los inicios de la transformación digital de los medios periodísticos, Víctor Suárez realizó una investigación sobre la afectación de las VDT (Video Displays Terminals) en la producción informativa del diario *El Nacional*, anticipándose a los cambios inminentes.**

vista distinto: económico, político, sociológico, semiótico o cultural, incluso interdisciplinar o transdisciplinar, según los contextos de aplicación funcional o emplazamientos de acción. De ahí, pues, que no considero que la comunicación sea una disciplina homogeneizada con una sola pertinencia, sino un campo multidisciplinar. (Aguirre y Bisbal, 2015).

Hechas estas aclaraciones, la siguiente exploración documental –principalmente bibliográfica–, no adopta una perspectiva disciplinar sino cronológica, atendiendo a los temas y/o problemas que han cautivado la atención de los investigadores venezolanos en estos últimos veinte años según la etapificación de innovaciones sociotécnicas, que temporalmente coinciden con el actual régimen comunicacional de corte autoritario. (Aguirre, 2008). Con ello no pretendemos privilegiar el enfoque del determinismo tecnológico, pero sí señalar la variable coyuntural más influyente en el periodo analizado, como marca para deslindar etapas.

En esta trayectoria han seguido tratándose otros temas convencionales de historia de los medios, de recuperación de la memoria periodística, de análisis de contenido y de recepción de los medios tradicionales, pero en conjunto han sido menos trascendentes y han tenido menor difusión.

#### **a) Etapa de la primera digitalización (1988-1997)**

En los inicios de la transformación digital de los medios periodísticos, Víctor Suárez realizó una investigación sobre la afectación de las VDT (*Video Displays Terminals*) en la producción informativa del diario *El Nacional*<sup>3</sup>, anticipándose a los cambios inminentes. Su incidencia fue notable ya que, además de señalar la desaparición de algunas ocupaciones, apuntaba a la redefinición de las funciones y tareas de los periodistas, con consecuencias no solamente en la confección de las noticias y la edición, sino en el establecimiento de las condiciones laborales,

validación de puestos y tablas salariales (Suárez, 1983). En esta etapa se publica también un informe del Colegio Nacional de Periodistas ofreciendo pautas de actuación profesional. A estos siguieron otros estudios de menos calado, sobre todo en el nivel de pregrado, caracterizados por su carácter descriptivo y redundante sobre los llamados nuevos medios. Hubo, sin embargo, una línea más productiva enfocada al análisis de la reconfiguración de la profesión en la transición sociotécnica. Solamente en la UCAB se realizaron veinte trabajos de grado vinculados al tema de la reconversión de los perfiles profesionales del periodismo y de la comunicación, acicateados por las necesidades del mercado laboral y de las reformas de pènsun en las universidades, y otro tanto ocurrió en la UCV, siguiendo la línea emprendida por Víctor Suárez, y en LUZ, tal como lo muestran los estudios de María Isabel Neüman (1987) *Tecnología de la información* (1987), *La enseñanza de la comunicación: dilema entre currículum y mercado*, de Elda Morales y Luz Neira Parra (1997) y *La estructuración de la identidad del comunicador social en Venezuela*, de Jesús María Aguirre (1998).

#### **b) La incorporación de Internet en el periodismo (1998-2007)**

En una exploración cuantitativa sobre la producción bibliográfica de la comunicación: *Investigación venezolana sobre comunicación y cultura de masas. Panorama bibliográfico 1994-2004* (Aguirre y Bisbal, 2008), sobre doce categorías utilizadas por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Alaic, detectamos la continuidad de los estudios sobre Historia y crónica de los medios (20), seguidas de los análisis de contenido (13), Ética y legislación, que conciernen a la libertad de expresión (8), y Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, NTIC, (6). Si bien en esta etapa hay otras vertientes de investigación sobre economía, mediaciones, educomunicación, se privilegian los trabajos aplicados a otras especialidades o plataformas, y apenas se aborda la mirada sobre el periodismo todavía muy estereotipado y asociado con la prensa.

Hay que destacar que en el nuevo contexto político se inauguran los observatorios sobre la libertad de expresión y entre ellos destaca el Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos, Provea, con sus informes anuales a partir de 2004.

Un arqueo similar bajo las mismas categorías, aplicado a las cuatro revistas de investigación –revista *Comunicación, Quórum, Anuario Ininco, Temas de comunicación*– sobre el periodo comprendido entre 2002-2007 (Bisbal y Aguirre, 2008), nos permite arrojar dos conclusiones: la primera es que el periodismo no aparece entre los descriptores o *keys word* de la clasificación; y la segunda que, ante el cambio paradigmático de las mediaciones, se prefiere priorizar la perspectiva sociológica y culturalista, relegando los llamados estudios periodísticos clásicos sobre historia, géneros y contenidos. De ahí que los temas tradicionales del periodismo son subsumidos en otras categorías como la opinión pública, la comunicación política, las NTIC y el derecho a la información. Este viraje, en resumen, se da a favor de la focalización en las mediaciones tecnológicas y políticas.

La investigación de Samira Saba *Internet como promotor del cambio organizacional*, sobre la reconversión del diario *El Universal*<sup>4</sup> es uno de los estudios pioneros que analizan los cambios en la departamentalización de una empresa periodística, conjugando la versión impresa y digital (Saba, 2002). Trabajos similares hay sobre los grandes periódicos de difusión nacional como *Últimas Noticias* (Miguel Ángel Tortello) y *Panorama* (María Isabel Neüman, 1998).

Otro referente imprescindible para comprender esta etapa es el trabajo colaborativo, coordinado, por Miladys Rojano: *Diez años de periodismo digital en Venezuela –1996-2006–*. Esta compilación tiene un gran interés pues ofrece una panorámica de las múltiples perspectivas de abordaje en esta etapa. Así, se consideran la estructura editorial de los cybermedios (Adriana Cely), los nuevos perfiles y competencias en el periodismo digital (Jesús María Aguirre), el impacto de la web en el periodismo (Miguel Ángel Tortello), la incorporación del hipertexto (Iván Méndez), el uso de los blogs

Década	Nº de T. sobre NTIC	Nº de T. Periodismo digital
1970	1	0
1980	5	4
1990	29	17
2000/2005	27	17
<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>38</b>

(Zinnia Martínez), el periodismo digital en Unión Radio<sup>5</sup> (Gitanjali Suárez), la formación universitaria en periodismo digital (M.I. Neüman de LUZ, P. Henríquez de ULA, O. Burgos de la UCAB), la documentación periodística (Mabel Calderín), la investigación sobre el periodismo y las NTIC (Caroline Oteyza). En este último aporte se presentan los resultados estadísticos de los trabajos de grado de la UCAB desde 1970 a 2005.

En las Universidades del Zulia, LUZ y URBE, según datos suministrados por María Isabel Neüman sobre la producción investigativa en esta área durante el periodo 1994-2005 tenemos: Maestría LUZ (20), Maestría URBE (10), CICIC (9), Departamento de Ciencias de la Comunicación de LUZ (8), Trabajos de Ascenso LUZ (5).

Si bien la dispersión temática es grande al distribuirse en periódicos, contenidos, buscadores, portales, gobierno y correo, el 51 por ciento de los estudios se concentra en los periódicos (Neüman, 2006).

Probablemente, aunque con una producción menor, colegimos que las tendencias serán similares en los otros centros de estudio, especialmente en la ULA y Monte Ávila, donde destacan las investigadoras Raisa Urribarrí y María Eugenia Peña respectivamente.

En esta misma etapa, bajo la tutela de Iván Abreu Sojo en la UCV, comienzan los estudios sobre la orientación ideológica de los medios periodísticos digitales. Un caso ilustrativo es la tesis de Angela Castillo *La representación de tendencias políticas en el ciberespacio*, que analiza las tendencias ideológicas de las nuevas

**Hay que destacar que en el nuevo contexto político se inauguran los observatorios sobre la libertad de expresión y entre ellos destaca el Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos, Provea, con sus informes anuales a partir de 2004.**

plataformas periodísticas (Castillo, 2005). De forma semejante Mariet Luna presenta el trabajo de grado en la UCV, titulado *Información en los diarios digitales* según el método de análisis de contenido (Luna, 2007).

En este periodo de absorción de los estudios por el magnetismo de las NTIC, los grandes periódicos en fase de reingeniería demandan investigaciones aplicadas sobre sus empresas periodísticas y a esa solicitud responden los estudios e informes sobre *Últimas Noticias* (Miguel Ángel Tortello) y *Panorama* (María Isabel Neüman, 1998).

No podemos dejar pasar de lado dos trabajos sobresalientes de Daniel Centeno *Periodismo a ras de boom* (Centeno 2007), y Carlos Delgado, *Trincheras de papel* (Delgado 2008) para recuperar la memoria del periodismo

a través de la voz de sus protagonistas latinoamericanos y venezolanos, y a la vez reflejar los linderos fronterizos entre el periodismo y la literatura.

### c) El periodismo en las redes sociales (2008-2018)

Para secuenciar la evolución de la investigación en esta segunda etapa tenemos dos estudios significativos, pertenecientes a Carlos Delgado e Iria Puyosa. Los trabajos cooperativos, impulsados por el profesor Carlos Delgado, quien fue coordinador del postgrado en la UCAB y director del CIC-UCAB, abrieron la serie de Mapas de Comunicación con el primer número *Versión Beta: Tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela* (2008), actualizando el panorama descrito en el estudio coordinado por Miladys Rojano (Rojano 2006) y dando cuenta de la consolidación de los estudios.

Por otra parte, aunque la segmentación temporal no corresponde a la nuestra, nos hemos nutrido también en esta exploración con el estudio de Iria Puyosa: *En línea de investigación. Investigación sobre comunicación e Internet*, que permite visualizar la evolución de

los medios y a la vez las tendencias de investigación entre 2007 y 2013 (Puyosa, 2015).

Las temáticas predominantes corresponden, según la investigadora, a seis líneas: el acceso a las TIC, la democracia en red, la comunicación política, la cibercultura, los medios y contenidos digitales y la formación de competencias. A falta de una distribución cuantitativa, que permita deslindar el periodismo, subsumido en las otras categorías, queremos resaltar por su pertinencia los estudios siguientes: Mogollón (2007) describe las fuentes informativas, Orejuela analiza la interactividad (2009), Prieto aborda el tema de las interfaces (2009, 2013), Said y Arcila exploran los nuevos públicos y tendencias (2011), Martínez Martínez perfila los nuevos usuarios (2011), Velandria ahonda en las competencias informacionales (2013), Vilorio se fija en la navegación y usabilidad de los periódicos en línea (2013), E. Chirinos y L. Torres sintetizan el panorama digital (2013). Todos estos estudios, presentados en el marco de Invecom, tienen el mérito de actualizar el estado de los medios digitales venezolanos en consonancia con la esfera latinoamericana.

A falta de una visión complexiva de todo el panorama venezolano y en espera de las últimas publicaciones de Invecom, pormenorizamos algunos trabajos que reflejan las indagaciones actuales para ilustrar los derroteros de la indagación.

En esta etapa prosigue la línea de investigación sobre los perfiles profesionales, habida cuenta de la transformación que implica la incorporación de las redes sociales con el incremento del potencial audiovisual, hipertextual y, sobre todo interactivo con los usuarios.

Con apenas la diferencia de un año, entre 2009 y 2010 aparecen dos trabajos significativos, uno realizado en la Universidad Monte Ávila por Magaly Pedroza, *Perfil profesional del periodista digital* (Pedroza, 2009) y otro en la UCAB, de Lauren Martínez y Carla Scemzo, titulado *El perfil profesional actual según la visión del empleador en Venezuela*, que analizan las competencias requeridas en las empresas periodísticas.

En torno al tópico de las NTIC y las nuevas figuras ocupacionales se tejen numerosos ensayos

**A falta de una visión complexiva de todo el panorama venezolano y en espera de las últimas publicaciones de Invecom, pormenorizamos algunos trabajos que reflejan las indagaciones actuales para ilustrar los derroteros de la indagación.**

de carácter práctico y aplicado sobre los géneros, los modos redaccionales y la discursividad de los nuevos dispositivos y apps (*Facebook, Twitter, WhatsApp, Snapchat, Instagran...*), de menos valor investigativo y más bien operacionales.

Otra vertiente investigativa ha sido la de la comparación de la morfología y contenidos de diversas publicaciones periodísticas nacionales e internacionales, como puede verse en el trabajo de grado de Fabiany Crespo, *Comparación de tres medios venezolanos con tres medios colombianos en su versión web* (Crespo, 2016).

Cabe señalar que en esta escalada de innovaciones han ido apareciendo otras ocupaciones en fase de profesionalización, estrechamente vinculadas al periodismo como la de gestor de social media, *community manager*, creador de contenidos, etcétera, que han suscitado otras tantas investigaciones. Este es el caso del trabajo de Maestría en la UCAB de Sofía Ramos: *Estado y dinámica del community manager en Venezuela* (Ramos, 2016).

Un apartado especial merecen los estudios de Medianálisis entre 2015 y 2018, particularmente los referidos a la situación del periodismo, ya que se trata de informes que ofrecen una radiografía sobre las condiciones laborales de los periodistas, la calidad de los productos y otras variables relevantes para los profesionales. A diferencia de algunos informes de observatorios coyunturales, su producción investigativa cuenta con bases metodológicas sólidas respecto a muestreo, levantamiento de datos y análisis estadístico, como se manifiesta en el trabajo de Gloria Carrasco en su *Estudio de la situación del periodismo en Venezuela: la encuesta muestral y sus desafíos* (Carrasco y Cañizález, 2018).

Ampliando las perspectivas mediáticas hacia las intersecciones societales, hay que destacar las investigaciones realizadas en el Ininco por la profesora Johanna Pérez Daza. Tras publicar el ensayo *Tendencias del periodismo en la Sociedad Red* (Pérez Daza, 2014), ha culminado una investigación doctoral sobre fotoperiodismo, *Entre luces y sombras. La fotografía en las relaciones internacionales*, combinando la mirada comunicacional con los estudios internacionales (Pérez Daza 2018).

Son muy pocos los trabajos teóricos sobre el nuevo espacio comunicacional con referencias explícitas al periodismo en Venezuela y por eso como colofón queremos mencionar los más conocidos. En la primera etapa es significativo el trabajo de Migdalia Pineda *Sociedad de la Información* (1996), y en la segunda, el estudio de Raisa Urribarrí *De la Sociedad del Conocimiento al Socialismo del Siglo XXI* (Urribarrí, 2013), que da cuenta de la imbricación entre los cambios socio-técnicos y la deriva autoritaria del nuevo régimen autocrático.

La última etapa está contextualizada en el estudio *Comprender la Sociedad Red: Comunicaciones y Educación* (Aguirre 2015), que resitúa el periodismo en el nuevo contexto de los info-media y de las redes sociales.

Actualmente resulta dificultoso realizar el mapa general de estudios, dada la dispersión de los investigadores por la migración forzada, la publicación en revistas foráneas y la poca integración de los mismos en una red colaborativa.

## UN COROLARIO NECESARIO EN LA COYUNTURA ACTUAL

Más allá de las demandas surgidas por la dinámica del mercado laboral y las urgencias de formación de los nuevos cuadros profesionales, el contexto del país ha hecho que surjan diversos laboratorios de carácter distinto y coloreados sobre todo por su posicionamiento. Por una parte están los centros que responden a urgencias políticas, sea en defensa de los derechos humanos y de la libertad de expresión (Provea, IPYS, Espacio Público) o sea en la salvaguarda de la imagen del gobierno (GIS XXI, Observatorio Global de Medios). Estas entidades, por sus características, no son tanto centros de investigación, sino observatorios sobre el desempeño de los diversos medios y, por supuesto, de las NTIC y su proyección política. Temas como la conflictividad, las protestas, las manifestaciones, la libertad de

**Cabe señalar que en esta escalada de innovaciones han ido apareciendo otras ocupaciones en fase de profesionalización, estrechamente vinculadas al periodismo como la de gestor de social media, community manager, creador de contenidos, etcétera, que han suscitado otras tantas investigaciones.**

expresión, acceso a los medios digitales, las redes sociales (RR.SS.) y las movilizaciones, etcétera, solamente por citar algunos tópicos más vinculados al espacio sociopolítico, focalizan el levantamiento de datos para la acción ciudadana. Sus resultados son publicados en informes anuales, a menudo sin mayores disquisiciones metodológicas, y de ahí que su interés esté vinculado más a los estudios politológicos y, en general, a los de opinión pública, tarea que habitualmente han realizado Datanálisis, Tendencias Digitales, Demos, Hinterlaces y otros.

Además, los resultados de los análisis sobre los medios y su influencia en coyunturas electorales o eventos políticos significativos, quedan marcados por los sesgos de los posicionamientos ideológicos, y todos sabemos que la transparencia de los datos en estas coyunturas queda a menudo en entredicho. Como diría el adagio “todo es útil, pero no siempre provechoso”, al menos desde el punto de vista de las ciencias de la comunicación.

Veamos, por fin, las conclusiones derivadas de los estudios sobre periodismo y afines, considerando las características de las investigaciones, la disgregación del campo u objeto de análisis y los problemas de producción/difusión:

### **Características de las investigaciones**

Los cambios vertiginosos en el campo del periodismo han provocado una proliferación de términos tecnológicos, sin que se hayan dado procesos de desambiguación en los términos (comunicación digital, periodismo electrónico, periodismo digital, ciberperiodismo, periodismo web, periodismo 2.0...), que no son sinónimos y se ubican en campos semánticos distintos.

La primera etapa puede ser definida como la de los pioneros con una producción incipiente; la segunda ha sido la más fecunda y sólida, mientras la tercera etapa de las RR.SS. se ha caracterizado por la irregularidad productiva, la profusión de informes sin rigor científico y el sesgo de la ideologización política. La falta de recursos de los centros con tradición investigativa (UCV, LUZ, ULA, UCAB, Monte Ávila...), el

financiamiento tendencioso de algunos proyectos investigativos y la emigración del capital intelectual o fuga de cerebros explican, en parte, esta deriva.

Los principales ejes de interés o macrotemáticos se refieren a las implicaciones de las innovaciones tecnológicas sucesivas y los cambios vinculados al entorno político y comunicacional del nuevo régimen.

Gran parte de los trabajos sobre las NTIC y el periodismo se han centrado en los cambios profesionales (perfiles, condiciones de trabajo, surgimiento de nuevas figuras ocupacionales) seguidos de estudios comparativos de morfología y orientación política. (La agenda temática del Anexo I enumera las dieciséis variantes no exhaustivas de las investigaciones consideradas).

### **La disgregación del campo profesional y formativo**

El abuso de los términos como comunicación popular, alternativa y periodismo de guerrilla por parte del Gobierno, o de comunicación independiente y periodismo ciudadano por parte de la oposición académica, ha ido disolviendo las fronteras del periodismo tradicional.

La contratación bajo régimen de explotación de empleados jóvenes egresados de academias sin competencias superiores en las empresas en fase de adaptación digital ha contribuido a la descalificación de la profesión y su desvalorización en el mercado laboral.

Considerando el régimen paralelo de educación superior creado por el Gobierno con sus universidades, principalmente la Universidad Bolivariana y la Unefa, así como la creación de observatorios afines, la llamada orientación crítica de los estudios del periodismo ha sido suplantada por unos pocos y deficientes informes de los éxitos de la hegemonía comunicacional interna y su defensa internacional.

### **Problemas de la producción y difusión investigativa**

Sigue siendo baja la fertilización cruzada de los estudios de periodismo, hecho inexplicable dada la profusión de medios para el intercambio



de data, pero síntoma de la baja cooperación intelectual y de normalización de repertorios y bases de datos científicas.

El deterioro de la calidad de las tesis de pregrado y postgrado, además en fase numéricamente decreciente, el colapso de las editoriales universitarias, apenas sostenidas por ayudas del exterior, el vaciamiento de los recursos del Fonacit, auguran un futuro poco promisorio para los investigadores, tanto si trabajan para un servicio administrativo, como si libran una batalla heroica en pro de una investigación crítica e independiente.

En fin, podemos decir que hoy el periodismo es más bien una etiqueta que sirve de comodín o término *shift* para sus variedades mutantes de información, causadas por las NTIC, y que la corrosión de un empleo digno en la administración pública y el mercado laboral, contribuye a la extinción de los periodistas profesionales y de sus organizaciones. Pero este fenómeno es alarmante no tanto por la amenaza tecnológica, sino por la devastadora acción del Gobierno y las empresas para sojuzgar la libertad de expresión, que es la razón última de esta profesión.

**JESÚS MARÍA AGUIRRE**

Profesor Titular de la UCAB. Profesor de pregrado y postgrado de la misma universidad. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación* desde su fundación (1975).

**Referencias**

AGUIRRE, Jesús María (1996): *De la práctica periodística a la investigación comunicacional. Hitos del pensamiento venezolano sobre comunicación y cultura de masas*. Caracas: UCAB-Fundación Polar.

AGUIRRE, Jesús María y BISBAL, Marcelino (coord.) (1998): *El consumo cultural del venezolano*. Caracas: Centro Gumilla.

AGUIRRE, Jesús María (2009): "Investigación venezolana sobre comunicación y cultura de masas. Panorama bibliográfico: 1994-2007". En: Aguirre, Jesús María y Bisbal, Marcelino (2009) *Entre comunicación y periodismo*. Col. Mapas de Comunicación, pp. 143-165. Caracas: UCAB..

AGUIRRE, Jesús María y BISBAL, Marcelino (coord.) (2010): *Prácticas y travesías de comunicación en América Latina*. Caracas: Centro Gumilla.

**ANEXO I:**

**AGENDAS TEMÁTICAS DE INVESTIGACIÓN VINCULADAS AL PERIODISMO**

1. Reformulación teórica del campo del periodismo en el marco de la Sociedad Red
2. Nuevos métodos de análisis cuantitativo y cualitativo (analítica de las NTIC)
3. Reingeniería de los nuevos medios e industrias periodísticas
4. Ritmo de asimilación tecnológica de las empresas periodísticas venezolanas
5. Grado de convergencia de los nuevos dispositivos con fines noticiosos
6. Nuevos perfiles ocupacionales y profesionales
7. Caracterización y competencias de los nuevos profesionales
8. Desarrollos curriculares y formativos ante el reto de las TIC
9. Condiciones laborales en el nuevo entorno
10. Estudios comparativos de carácter morfológico y de usabilidad
11. Niveles de adopción de multimedia, hipertextualización e interactividad
12. Estudios comparativos de orientación ideológica de los emprendimientos
13. Estudios comparativos de contenidos digitales en medios distintos
14. Estudios de evaluación de la calidad periodística
15. Diagnósticos de lectoría/usuarios y métodos de análisis.
16. Diagnósticos de recepción/uso prosumidor de las noticias y netnografía.

- AGUIRRE, Jesús María (2011): “Prácticas teóricas de comunicación en Venezuela”. En: revista *Comunicación*, N° 155, Tercer Trimestre, pp. 49-57. Caracas: Centro Gumilla.
- \_\_\_\_\_ (2013): “Comunicar la investigación”. En: revista *Comunicación*, N° 161, Primer Trimestre, pp. 74-80. Caracas: Centro Gumilla.
- \_\_\_\_\_ (2015): *Comprender la Sociedad Red: Comunicaciones y Educación*. Caracas: Ed. Centro Gumilla.
- AGUIRRE, Jesús María y HERNÁNDEZ, Gustavo (2018): *Diccionario de investigadores de la comunicación en Venezuela*. Caracas: Centro Gumilla.
- ARCILA, C., PIÑUEL, J. L., y CALDERÍN, M. (2013): “La e-investigación de la Comunicación: actitudes, herramientas y prácticas en investigadores iberoamericanos”. En: *Comunicar*, 40, XX, pp.111-118.
- BISBAL, Marcelino y AGUIRRE, Jesús María (2015): *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*. Caracas: Centro Gumilla y Bid&Co.editor.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (2012): *Cómo hacer un proyecto de investigación comunicacional*. Serie Mapas de Comunicación, N°12. Caracas: UCAB.
- CARRASCO, Gloria y CAÑIZÁLEZ, Andrés (2018): *El periodismo en Venezuela. Los años duros*. Medianálisis. Caracas: UCAB.
- DELGADO, Carlos (2008): *Versión Beta: tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela*. Mapas de Comunicación 1. Caracas: UCAB/El Nacional.
- PUYOSA, Iria (2015): “En-línea de investigación: Investigación sobre comunicación e Internet (2007-2013)”. En: Bisbal, Marcelino y Aguirre, Jesús María (2015) *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*. Caracas: Centro Gumilla y Bid&Co.editor.
- ROJANO, Miladys (2005): *10 años de periodismo digital en Venezuela*. Caracas: CIC/UCAB.
- URRIBARRÍ, Raisa (2013): *De la Sociedad del Conocimiento al Socialismo del Siglo XXI*. IV Congreso de Invecom.

### Notas:

- 1 La distinción de pioneros, seguidores y resistentes es extrapolable a cualquier campo de la difusión técnica, pero los ciclos de adopción pueden variar notablemente de una aplicación social a otra o de una sociedad moderna a otra rezagada.
- 2 Tengo que reconocer el sesgo de la sobrerrepresentación de las fuentes del Cento Gumilla y de la UCAB, más accesibles en el momento de la realización de la exploración.
- 3 *El Nacional*, diario fundado en 1943, pionero de la prensa en línea, segundo diario más consultado de Venezuela. Suárez, Víctor (1983) *El periodismo venezolano. Nuevas funciones, nuevas técnicas*  
[http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198343\\_47-55.pdf](http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198343_47-55.pdf) En el 2018 debido a la crisis del papel, monopolizado por el Gobierno, y al acoso judicial, ha desaparecido como medio impreso.
- 4 *El Universal*, diario actualmente decano de la prensa nacional, aparecido en el año 1909, es el medio más consultado en línea en la primera etapa de la digitalización.
- 5 *Unión Radio*, medio radial privado de mayor cobertura e influencia nacional, en vivo y con clips a demanda. Últimamente asediado por el gobierno de Nicolás Maduro.

978 | 980 | 244 | 897 | 5



COLECCIÓN  
**LETRAVIVA**



**comunicación**

Usted encontrará en el **DICCIONARIO** una introducción panorámica sobre el quehacer investigativo en el área desde mediados del siglo XX hasta hoy, la justificación del sistema empleado de presentación de los 69 autores, las páginas con la ficha biobibliográfica de cada uno y, al final, un desplegable en el que se sincronizan los hechos más relevantes del campo de la comunicación desde el año 1950 hasta 2017, con la aportación de los autores en las diversas disciplinas del campo.

Un diccionario pionero  
de la comunicación  
en Venezuela realizado por  
**Jesús María Aguirre, s.j.**  
y **Gustavo Hernández**

Para adquirir nuestros productos,  
comuníquese al 0212-5649803 y 5645871

[www.gumilla.org](http://www.gumilla.org)



Galería de papel. World Press Photo-2018. Li Huafeng.

# Prosumidores, audiencias y consumo cultural en Venezuela (2005-2018)

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

El artículo nos ofrece el estado del arte de las investigaciones empíricas sobre los prosumidores, las audiencias y el consumo cultural en Venezuela durante el período 2005-2018. Pero el ensayo no se conforma con presentarnos el mapa de las investigaciones hechas a lo largo de trece años, sino que también nos sugiere algunos retos esenciales que debería contemplar una agenda de investigación para los próximos años.

**ABSTRACT** *The article offers the state of the art of empirical research on prosumers, audiences and cultural consumption in Venezuela during the period 2005-2018. The essay not only attempts to present the map of the research done over thirteen years, but also suggests some essential challenges that should be included in the agenda of research for the coming years.*

## INTRODUCCIÓN

Se presenta el estado del arte de las investigaciones empíricas sobre los prosumidores, las audiencias y el consumo cultural en Venezuela durante el período 2005-2018. Este informe está dividido en cuatro partes. La primera de ellas da cuenta de los principales hallazgos que se constataron en esta investigación. La segunda consiste en un reporte comparativo entre el presente estudio y dos trabajos que este autor realizó entre 2000 y 2018. La tercera profundiza en el objetivo central de este informe a partir de los estudios que han divulgado las principales revistas de comunicación nacional. La cuarta sugiere algunos retos esenciales que debería

contemplar una agenda de investigación para los próximos años.

Nuestra investigación de tipo documental se basó en estas etapas de trabajo:

- Se elaboró una *ficha metodológica* que contiene estos elementos identificatorios: título/objetivo; teorías esenciales; diseño de la investigación (método y técnica) y conclusiones.
- Se seleccionaron cuatro revistas nacionales especializadas en el campo de la comunicación: *Quórum Académico* (Universidad de Zulia), *Comunicación* (Fundación Centro Gumilla), *Temas de Comunicación* (Univer-

sidad Católica Andrés Bello) y el *Anuario Ininco/Investigaciones de la Comunicación* (Universidad Central de Venezuela).

- ▶ Dichas revistas se consultaron en estos repositorios académicos:
  - *Serviluz*:  
<http://produccioncientificaluz.org>
  - Portal de la revista *Comunicación*:  
<http://comunicacion.gumilla.org>
  - *Saber UCAB*:  
<http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve>
  - *Saber UCV*:  
[http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev\\_ai/issue/archive](http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ai/issue/archive)

Cabe destacar que los resultados de este informe son un punto de partida útil para la reflexión sobre la situación de la investigación de la recepción mediática en el ámbito nacional. No brindo conclusiones definitivas ya que se requiere examinar otro tipo de documentos de indiscutible valor académico como las tesis de pregrado y postgrado, trabajos de ascenso y revistas en ciencias sociales, que he examinado en mis estudios anteriores y que comentaré en este informe.

## ¿CUÁLES FUERON LOS HALLAZGOS GENERALES DE ESTA INVESTIGACIÓN?

Como se observa en la tabla N°1:

1. Las revistas académicas venezolanas de comunicación divulgaron un total de 27 investigaciones empíricas sobre prosumidores, audiencias y consumo cultural durante el período 2005-2018.
2. Estas son las revistas que publicaron dichos estudios: *Anuario Ininco* (37,03 %); *Comunicación* (29,62 %); *Temas de Comunicación* (18,51 %); *Quórum Académico* (14,81 %).
3. El total de trabajos, según categorías, se mencionan a continuación: *prosumidor* (13), *consumo cultural* (9) y *audiencias* (5).
4. Las revistas que más han divulgado sobre *prosumidor* y *consumo cultural* son, a saber: *Anuario Ininco* y la revista *Comunicación*.
5. La revista *Comunicación* y *Temas de Comunicación* publicaron dos estudios sobre las audiencias de los medios, respectivamente y *Quórum Académico* se refiere a uno solo.
6. Pese a los escasos estudios de audiencias durante el período 2005-2013, los mismos siguen siendo referentes teóricos y metodoló-

**TABLA N°1**  
PROSUMIDOR, AUDIENCIAS Y CONSUMO CULTURAL EN REVISTAS ACADÉMICAS DE COMUNICACIÓN EN VENEZUELA DURANTE EL PERÍODO 2005-2018

	Revista <i>Quórum Académico</i>	Revista <i>Comunicación</i>	<i>Temas de Comunicación</i>	<i>Anuario Ininco</i>	TOTAL
<b>Prosumidor</b>	2 (15,38 %)	4 (30,76 %)	2 (15,38 %)	5 (38,46 %)	13 (100 %)
<b>Consumo cul- tural</b>	1 (11,11 %)	2 (22,22 %)	1 (11,11 %)	5 (55,55 %)	9 (100 %)
<b>Audiencias</b>	1 (20 %)	2 (40 %)	2 (40 %)	0	5 (100 %)
<b>Efectología</b>	0	0	0	0	0
<b>Número de publicaciones</b>	4 (14,81 %)	8 (29,62 %)	5 (18,51 %)	10 (37,03 %)	27

FUENTE: cuadro elaborado por el profesor Gustavo Hernández Díaz, con la asistencia estadística del profesor Humberto Jaimes Quero del Centro de Investigación de la Comunicación.

NOTA: los datos de esta tabla se presentan de esta manera: 1) Categorías del estudio: prosumidor, consumo cultural, audiencias y efectología. 2) Identificación de las revistas. 3) Número de publicaciones en ese período. 4) Número de investigaciones seguido de los porcentajes. Se han resaltado en colores los resultados principales del estudio (CIC-UCAB, 2018).

gicos confiables en tanto que describen los procesos de interpretación psicosocial y cultural que establecen los sujetos con los medios masivos y la Internet.

7. De lo anterior se colige que las investigaciones ya no conciernen a los tradicionales efectos de los medios cuya tradición epistémica proviene del modelo de la información de Harold Lasswell y de los enfoques de la psicología conductista norteamericana.
8. Los estudios en comunicación parecen haber superado la premisa de que el receptor es un ser pasivo sin capacidad de confrontar los mensajes en términos culturales y educativos.
9. Sigue vigente la teoría de los estudios culturales latinoamericanos de los años noventa. Los enfoque teóricos dominantes son, a saber: la *hibridad cultural* de Néstor García Canclini y las *mediaciones sociales* de Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco.
10. Una de las razones por las cuales la línea de *consumo cultural* ha experimentado un franco ascenso en nuestro país durante 2005-2018, obedece a la encomiable labor académica y divulgativa que ha desarrollado el Ininco a través de su línea *Sociedad de la Información, política y economía de la comunicación y la cultura y la Maestría en Gestión y Políticas Culturales*, respectivamente.

**PRESENTE Y PASADO DE LA RECEPCIÓN (2000-2018)**

En esta sección se realiza un análisis comparativo entre el presente estudio (2005-2018) y dos trabajos que desarrollé en la primera década de este siglo: *Recepción, audiencias y consumo cultural en Venezuela (período 2000-2013)* y *Estudios latinoamericanos venezolanos en recepción y audiencia mediática* (2010).

En *Recepción, audiencias y consumo cultural en Venezuela (período 2000-2013)*, la categoría *ciber-recepción* alcanzó el primer puesto, seguido con igual número de trabajos por *educación para la recepción y la influencia de la TV*, mientras que el *consumo cultural* ocupó el cuarto renglón muy cerca de las dos categorías anteriores. (Ver tabla N°2).

**TABLA 2**  
RECEPCIÓN, AUDIENCIAS Y CONSUMO CULTURAL EN VENEZUELA (PERÍODO: 2000-2013)

CATEGORÍAS	NÚMERO DE ESTUDIOS	%
Ciber-recepción	7	38,88 %
Educación para la recepción	4	22,22 %
Influencia de la TV	4	22,22 %
Consumo cultural	3	16,66 %
Total	18	99,98 %

FUENTE: cuadro elaborado por el profesor Gustavo Hernández Díaz (CIC-UCAB, 2018).

NOTA: los datos de esta tabla se presentan de esta manera: 1) Categorías: ciber-recepción, educación para la recepción; influencia de la TV, consumo cultural. 2) número de estudios. 3) porcentaje.

*Dieciocho años de recepción en Venezuela.* Si comparamos este trabajo que abarca el período 2005-2018 (tabla 1), con el estudio que concierne al período 2000-2013 (tabla 2), podemos inferir estas tendencias generales que priman en dieciocho años en la investigación en comunicación en Venezuela:

- ▶ *Apuntalan los prosumidores.* Los estudios de *ciber-recepción* y *prosumidores* han experimentado un franco ascenso desde el año 2000 hasta el año 2018. En ese lapso se ha producido un total de veinte trabajos empíricos sobre modalidades de interacción que acontecen en las redes sociales.
- ▶ *Audiencias y educación para la recepción* siguen aún vigentes en la investigación en comunicación. Se prefiere trabajar sobre la base de esta interrogante: ¿cómo interactúa la audiencia con los medios?, con menos énfasis en ¿cuáles son los efectos de los medios en la sociedad?
- ▶ El *consumo cultural* ha despertado el interés en la comunidad científica nacional: se han producido un total de doce trabajos entre los años 2000 y 2018.
- ▶ *La efectología no es una prioridad.* La influencia de los medios –sobre todo de la TV– no se refleja en los estudios de la comunicación en el país. Apenas se constatan cuatro estudios en dieciocho años.

**Consumo cultural venezolano (1998) [...] fue un estudio pionero que indagó el consumo de las actividades en el hogar y fuera de casa, así como las preferencias y el tiempo de exposición ante los medios masivos tradicionales, videojuegos y el uso de Internet.**

El segundo informe *Estudios latinoamericanos venezolanos en recepción y audiencia mediática* (2010), identifica dos hitos de la investigación en comunicación. El primero tiene que ver con el modelo *efectológico* que da cuenta de las posibles influencias de los medios en la sociedad y que se desarrolló en la década de los sesenta hasta los ochenta. El otro momento se define por la presencia del enfoque de las *mediaciones sociales* que subraya la necesidad de *pensar la comunicación desde la cultura* (Jesús Martín Barbero), y que sostiene la premisa de que la recepción es un proceso que abarca un *antes, durante* y un *después* en la interacción con los medios en contextos históricos locales y globales (Guillermo Orozco); dicho enfoque ha cobrado impulso desde la década de los noventa hasta nuestros días.

Actualizando el estudio antes mencionado podríamos considerar tres hitos académicos de la investigación en comunicación en Venezuela durante el período 2000-2018:

- ▶ El primero es *la influencia de los medios* y se desarrolla en la década de los sesenta a partir de estos estudios emblemáticos: *El huésped alienante: un estudio sobre audiencia y efectos de la radio-telenovela*, de Marta Colomina de Rivera (1968) y *La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño*, de Eduardo Santoro (1969).
- ▶ El segundo hito corresponde a las mediaciones sociales y videotecnológicas y se desarrolla desde principios de la década de los noventa. En este lapso, se ubican estos trabajos: *Familia y televisión* (1993), *Proceso de recepción de cine comercial en Caracas* (1995), *El televidente y la televiolencia* (1996), de Leoncio Barrios; y *Construcción de relaciones digitales: un análisis del discurso* (2005), de Gabriela Villarroel.
- ▶ Y el tercer hito es el *consumo cultural* que aparece a finales de los noventa. No cabe duda

que *Consumo cultural venezolano* (1998) coordinado por Marcelino Bisbal y Jesús María Aguirre, marcó una etapa crucial en la historia de la investigación en comunicación en Venezuela. Fue un estudio pionero que indagó el consumo de las actividades en el hogar y fuera de casa, así como las preferencias y el tiempo de exposición ante los medios masivos tradicionales, videojuegos y el uso de Internet.

## PROSUMIDORES, CONSUMO CULTURAL Y AUDIENCIAS EN VENEZUELA (2005-2018)

En este apartado analizo el contenido de veintisiete estudios sobre recepción mediática y consumo cultural, que han sido publicados en las principales revistas de comunicación en Venezuela, durante el período comprendido 2005-2018. Examinó la relevancia de estos estudios, sus enfoques teórico-metodológicos y sus resultados conclusivos.

### 1. Y hablan los prosumidores...

*Prosumidor* es aquel sujeto que es capaz de producir y consumir mensajes en la Internet. Esta categoría de análisis aborda un elenco de tópicos de orden psicosocial, cultural, económico y político. Citemos algunos: usos y apropiación cultural en entornos virtuales; identidades y ciudadanías; educación digital; gobierno electrónico; ciber-activismo social y político. Cuando hablamos de prosumidor nos estamos refiriendo a las capacidades resemantizadoras de los cibernautas (migrantes y/o nativos digitales), en comunidades de interinfluencias (WhatsApp, Twitter, Facebook, Instagram, videojuegos *online*).

1.1 *El valor de la participación ciudadana*. En la revisión general de los trabajos que hemos realizado durante los primeros dieciocho años del siglo XXI, observamos que la categoría prosumidor ha generado cuatro grandes sub-categorías de análisis: *participación cívica y política* (5), *interactividad* (5), *alfabetización informacional* (2), *identidad en la red* (1).

1.2 *E-gobierno sin democracia*. La participación cívica y política en las redes sociales es



un tema imperante en el campo de la comunicación.

—Se habla de la influencia de las tecnologías en los procesos administrativos del Estado en el ámbito nacional e internacional. Se examina el gobierno electrónico (e-gobierno o gobierno digital), cuya función radica en mejorar las decisiones gubernamentales en estos órdenes: políticas públicas, participación política y ciudadana, transparencia de la gestión pública y consulta a la ciudadanía sobre asuntos de tipo económico, político, cultural, de salud y educativo.

—El resquebrajamiento del Estado de derecho en Venezuela ha dado lugar a trabajos que examinan la participación cívica y política de los ciudadanos en Facebook, Twitter, WhatsApp, correo electrónico, por mencionar algunas comunidades virtuales de interpretación. Los objetos de estudio han sido las universidades, los centros de gestión parroquial y grupos de interés político que hacen virtualidad en las redes sociales.

1.3 *Generación líquida*. La interactividad en las redes sociales es otro de los asuntos que destaca en los estudios venezolanos en comunicación. Es una modalidad comunicativa de la sociedad red o de la era digital que no se basa exclusivamente en el diálogo entre dos personas, sino que la interacción tiende a propagarse a otros cibernautas, conocidos o no, geográficamente dispersos en escenarios locales y globales. Interactividad líquida de Zygmunt Bauman (1999), que acontece en cualquier espacio mediado por el presentismo y la rapidización; la sincronía temporal ya no es un impedimento para la convocatoria virtual.

1.4 *Temas interactivos*. Sobre la interactividad en la redes sociales se han estudiado estos tópicos: a) el sentido, las representaciones y el uso cotidiano de la telefonía móvil; b) la cibergráfica en las cuentas de Twitter; c) la ciber-opinión en torno a la telenovela; d) la generación interactiva venezolana y los hábitos de uso de la computadora y el acceso

a Internet; e) las representaciones del cuerpo femenino en Facebook.

1.5 *Alfabetización mediática e informacional* ocupa el tercer asunto de interés en esta revisión documental. Se constatan trabajos empíricos en lo atinente a las competencias comunicacionales de estudiantes de bachillerato y, por otro lado, se indaga la apropiación social de herramientas digitales en el ámbito del periodismo venezolano. En ambos casos se requiere de la educación mediática y de las competencias digitales para un uso consciente, alfabetizado y creativo de la Internet.

1.6 *Second Life*. Y el cuarto puesto corresponde a la producción comunicativa de la identidad en los entornos virtuales (blogs, correos electrónicos, páginas web, dispositivos móviles, juegos y chats), tema psicosocial muy asociado con el interaccionismo simbólico. Los estudios sobre la identidad digital examinan, entre otros asuntos, cómo los individuos se describen y se re-inventan a sí mismos en tanto que asumen diferentes identidades en la red.

1.7 *¿Influye la ciber-participación en la sociedad?* No existen conclusiones definitivas sobre el impacto de Internet en la participación cívica y política en la sociedad venezolana. Para algunos estudios la participación cívica es incipiente en nuestro país; se afirma que las comunidades de interpretación virtual no cristalizan acuerdos que promuevan movilizaciones concretas a favor de un cambio social. Otros estudios, en cambio, sí valoran el proceso de diálogo entre los cibernautas ya que pueden intercambiar opiniones sobre temas emergentes en un entorno nacional signado por la polarización política, el cierre de medios de comunicación y la violación de los derechos humanos.

**El resquebrajamiento del Estado de derecho en Venezuela ha dado lugar a trabajos que examinan la participación cívica y política de los ciudadanos en Facebook, Twitter, WhatsApp, correo electrónico, por mencionar algunas comunidades virtuales de interpretación.**

FICHA METODOLÓGICA 1  
PROSUMIDOR - PERÍODO 2005-2018

TÍTULO/OBJETIVO	TEORÍAS	DISEÑO	CONCLUSIONES
<b>1. Participación ciudadana en Internet en los Centros de Gestión Parroquial de la zona occidental-andina de Venezuela</b> (Montilla, Páez, 2010)	<b>Teoría de la participación ciudadana:</b> Alonso-Gutiérrez, Agustín; Cunill, Nuria; Sanhueza, Andrea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodología cuantitativa de tipo descriptiva</li> </ul>	Hay experiencias de participación ciudadana en un nivel incipiente, observándose en los tres primeros niveles: información, consulta, decisión.
<b>2. Apropiación social de herramientas digitales 2.0 por periodistas venezolanos</b> (Artigas, 2008)	<b>Teoría de la alfabetización digital:</b> Daniela Artigas; Mark Briigs; María Neüman	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método cuantitativo</li> <li>• Técnica cuantitativa</li> <li>• Muestra no probabilística</li> <li>• Sujetos: trece comunicadores venezolanos provenientes de medios impresos, radiales, institucionales y de ejercicio libre.</li> </ul>	La alfabetización tecnológica de los periodistas encuestados se encuentra en un nivel satisfactorio, la mayoría de ellos señalaron utilizar Internet y sus herramientas desde hace más de seis años con un uso casi diario del mismo.
<b>3. Choque de marcos: El tema del #diálogo en la Conversación venezolana en twitter</b> (Delgado Flores, 2017)	<b>Teoría de la comunicación política y ciudadana:</b> Carlos Delgado Flores; G. Lakoff; Rodríguez Ferrándiz.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método cuantitativo</li> <li>• Técnica estadística</li> <li>• Muestra de 30.900 tweets</li> </ul>	La participación de estos medios digitales en la conversación digital sobre el #diálogo aportó elementos útiles para elevar el nivel de comprensión de los hablantes, en su condición de audiencia ciudadana.
<b>4. Redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello</b> (Tahan, 2016)	<b>Teoría de la participación ciudadana en Internet:</b> Puyosa, I.; Kee, K.; Park, N.; Valenzuela, S.; Castells, M.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación documental y de campo.</li> <li>• Método cuantitativo.</li> <li>• Técnica de recolección de datos: cuestionario de preguntas cerradas. Se empleó el muestreo “no probabilístico por cuotas”</li> <li>• Tamaño de la muestra: 381 estudiantes de pregrado de la UCAB, sede Montalbán.</li> </ul>	Los estudiantes reportaron casi nunca utilizar las redes sociales para la participación cívica y política. Los estudiantes a veces participan en “conversaciones” sobre causas sociales, problemas comunitarios, o asuntos políticos, siendo la actividad cívico-política más preponderante.
<b>5. Sentido, representaciones y uso cotidiano de la nueva telefonía móvil</b> (Bisbal, Nicodemo, 2011)	<b>Estudios culturales latinoamericanos:</b> Marcelino Bisbal; Germán Rey; Jesús María Aguirre; Jesús Martín Barbero.	<p>Diseño de la investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobertura: la investigación se limitó al ámbito de la UCAB.</li> <li>• Universo en estudio: conjunto de estudiantes, según cobertura, que posee un celular BB.</li> <li>• Tamaño de la muestra: se fijó por conveniencia 100 estudiantes a participar.</li> <li>• Análisis estadístico: descriptivo.</li> </ul>	Habría que indagar, con una mirada socioantropológica, lo atinente a la <i>apropiación cultural</i> a partir de la construcción de sentido y de sentidos.
<b>6. La participación ciudadana del venezolano en Internet</b> (González, 2005)	<b>Teoría de la participación ciudadana:</b> Belén Amadeo; Bibiana Apolonia; Carlos Colina; Manuel Castells; Dominique Wolton	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método cuantitativo</li> <li>• Técnica: encuesta</li> </ul>	Internet es una herramienta de participación ciudadana lo cual permite hacer todo lo que se hace en la vida real y más, es el reflejo de la realidad, hay desde lo más mundano y lúdico, hasta lo más científico y profundo.

FUENTE: Cuadro elaborado por Gustavo Hernández Díaz (CIC-UCAB, 2018).

NOTA: Textos extraídos literalmente de las revistas y adaptados a estas fichas de registro investigativo.

FICHA METODOLÓGICA 2  
 PROSUMIDOR - PERÍODO 2005-2018

PROSUMIDORES,  
 AUDIENCIAS  
 Y CONSUMO CULTURAL  
 EN VENEZUELA  
 GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

TÍTULO/OBJETIVO	TEORÍAS	DISEÑO	CONCLUSIONES
<b>7. Una lectura cibergráfica sobre la interactividad en las cuentas de Twitter que manejan los periodistas venezolanos</b> (Barbosa y cols., 2016)	<b>Teoría de la interactividad:</b> Neüman, M. I; Páez, Á.; Atencio, E.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se aplicó la técnica de la cibergrafía.</li> <li>Las cuentas estudiadas fueron: @diariopanorama, @antvenezuela, @noticialdia @el_carabobeño, @fmcenter, @visipol_mijp, @laverdadweb, @concafe).</li> </ul>	No se observa un modelo dialógico de periodismo en Twitter, por lo que el uso es aún incipiente.
<b>8. Influencia del capital cultural mediático en las competencias comunicacionales de los bachilleres varguenses</b> (Burgos, 2012)	<b>Teoría de Capital Cultural:</b> P. Bourdieu; R. Morduchowicz; J. Romero	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método: cuantitativo.</li> <li>Técnica: encuesta.</li> <li>Muestra: 351 estudiantes</li> </ul>	El capital cultural mediático de los estudiantes de educación media del estado Vargas se orienta al uso pragmático de los dispositivos tecnológicos.
<b>9. La producción comunicativa de la identidad en los entornos virtuales</b> (Arcila, 2008)	<b>Teoría de la identidad:</b> Buckingham, David; Dillon, A. y Gushrowski; Huffaker y Calvert; Nowson, y Oberlander	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método: cuasiexperimento con tres grupos de diez estudiantes de comunicación social de la Universidad de Los Andes-Táchira.</li> </ul>	La producción comunicativa de la identidad en los entornos virtuales está vinculada al conocimiento previo que tenemos de nuestra alteridad.
<b>10. De los medios a las hipermediaciones: La Mujer Perfecta</b> (Alvarado y Ovalle, 2012)	<b>Teoría de la telenovela:</b> Valerio Fuenzalida; Leonardo Padrón; Jesús Martín Barbero; Alí E. Rondón	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método: interacción generada desde cuenta de Facebook del 30 de mayo de 2011.</li> </ul>	El proceso de recepción de la telenovela expuesto en las redes sociales remite a la interactividad creativa y conmovedora en torno a estos tópicos: violencia intrafamiliar, trastornos alimenticios, belleza, asperger, cáncer de mama, entre otros.
<b>11. La Generación Interactiva Venezolana: su relación con la computadora y el acceso a Internet</b> (Calderín, Bringué, Sádaba, 2011)	<b>Teoría de la interactividad en redes sociales de Tolsá,</b> J; Bringué, X; Sádaba, C.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método: análisis multivariante complejo, se analiza las pautas de consumo, uso y valoración propia de niños y adolescentes en lo relativo a la pantalla del computador y el uso de Internet.</li> </ul>	El 70 % de los menores venezolanos (6-9 años) disponen de un computador en su hogar. En el caso de los adolescentes (10-18 años), el lugar predominante para conectarse a Internet son los Cibercafés (55,5 %), el segundo lugar lo ocupa el hogar (51 %) y el tercero las viviendas de amigos y familiares.
<b>12. Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook</b> (Peña De Arias, 2011)	<b>Teoría de redes sociales y política:</b> Janack, James; Kim, Ji-Young; Lozada, Mireya; Neumayer, Christina; Raffl, Celina	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para identificar los grupos sobre política nacional alojados en Facebook, utilizamos el buscador de grupos de la red.</li> <li>Elegimos al azar la semana del 20 al 27 de junio de 2009.</li> <li>Existían 537 grupos clasificados dentro de Política, y entre ellos encontramos trece referidos a la política en Venezuela</li> </ul>	Los venezolanos que participan en estos espacios encuentran en ellos ámbitos para dialogar sobre temas locales, y que se manifiesta la polarización política que caracteriza la vida pública y los medios de comunicación venezolanos.
<b>13. «Me gusta». Adolescentes de Caracas y representaciones del cuerpo femenino a través de la red social Facebook</b> (Alvarado, 2014)		<ul style="list-style-type: none"> <li>Como método de trabajo se utilizó la cyberetnografía, etnografía en entornos virtuales o Antropología digital.</li> </ul>	Marcada tendencia por mostrar el cuerpo a través de las normas que de manera indirecta ha impuesto el sexting.

FUENTE: cuadro elaborado por Gustavo Hernández Díaz (CIC-UCAB, 2018).

NOTA: 1) Textos extraídos literalmente de las revistas y adaptados a estas fichas de registro investigativo. 2) Esta tabla es la continuación de la Ficha Metodológica N°1.

## 2. Vamos de consumo cultural (2005-2018)

- *El revival: consumo cultural.* Este tipo de investigación explora tanto la interacción que establecen las audiencias con los medios masivos como aquellas apropiaciones simbólicas que realizan los ciudadanos en los espacios públicos (centros comerciales, restaurantes, salas de cine y de teatro, cibercafé, museos, bibliotecas), y privados (uso del tiempo libre en el hogar).
- *Pantallas para todos los gustos.* Como se observa en la ficha metodológica N°3 y N°4, los estudios sobre consumo cultural durante el período 2005-2018 han abordado los siguientes temas que se identifican con el número de producciones:
  - Consumo de pantallas: celular, televisión, videojuego (4)
  - Público teatral y de cine (2)
  - Espacios de ocio y de entretenimiento (2)
  - Prácticas y hábitos de los lectores (1)

### 2.1. ¿Y qué dicen las pantallas?

- *Convergencia cultural, nuevo sensorium y otros escenarios.* Bisbal y Nicodemo (2007), desarrollan tres conceptos de orden socio-comunicacional que nos permiten observar el perfil del consumo cultural, a saber: convergencia cultural, nuevos escenarios comunicativos y *el nuevo sensorium*. 1) La convergencia es cultural desde el planteamiento de Henry Jenkins (2008), en virtud de que no solo existe confluencia entre “equipos-infraestructuras para la puesta en circulación de los discursos-mensajes, sino entre lenguajes y por supuesto entre percepciones-sensibilidades” (Bisbal y Nicodemo, 2007:42). 2) Los *nuevos medios de comunicación* propician modalidades inéditas de interacción social y hasta nuevas formas de informarse. 3) Los medios masivos y la Internet, sobre todo, hacen posible que experimentemos un *nuevo sensorium* que nos sintoniza con aquellas manifestaciones culturales que hasta el momento desconocíamos porque no teníamos acceso a ellas. Bisbal y Nicodemo sugieren que hay

que seguir insistiendo en estas preguntas: ¿qué *nuevos medios* posee la gente?, ¿qué tipo de *uso* se le están dando a esos nuevos medios?, ¿qué cambios se generan en las relaciones?, ¿desde donde se están produciendo esos usos?

- *Videojuegos, comunicación y entretenimiento.* Uviedo (2016), señala estos aspectos relevantes sobre el uso de los videojuegos: 1) El factor *competencia* es el principal atractivo de los chicos y chicas que se entretienen con los videojuegos. 2) Los videojuegos fomentan la comunicación y mejoran la expresión oral: “Declaraciones como: ‘Me han enseñado a expresarme mejor’, la cual obtuvo 26,55 % del total de chicos y chicas encuestadas, dice que estas plataformas, como efecto colateral, pueden propiciar el surgimiento de habilidades comunicativas o expresivas que son aprehendidas por los usuarios.” (Ibíd:175). 3) Los adolescentes usan los videojuegos para *entretenerse* (90,27 %) y *pasar el tiempo* (77,88 %), principalmente en sus hogares y varias veces por semana. En este estudio se pudo determinar que la práctica de consumo cultural del venezolano con respecto a los videojuegos es lúdica, familiar y comunicacional, donde prevalece el valor simbólico sobre los valores de uso y cambio.
- Calderín, Bringué y Sádaba (2011), afirman que no existe una generación interactiva en el hogar en virtud de que la mediación familiar es muy escasa y que a lo sumo los padres y/o representantes lo que hacen es reducir el tiempo de consumo de las pantallas y, por lo general, no se ocupan en orientar el contenido que los niños, niñas y adolescentes reciben en los medios masivos. “Sin embargo, también hay que destacar los usos positivos de estas tecnologías, el Teléfono Celular, por ejemplo, usado para evitar situaciones de riesgo, actuar en caso de emergencia, o que los padres mantengan el control sobre sus hijos. La TV como agente socializador, educativo, cultural y de entretenimiento.” (Ibíd: 130). Recomiendan estudiar acerca de los peligros que derivan del uso de las redes sociales. Urge conocer los niveles de competencia mediática de la pobla-

ción infantil y juvenil, desde estas interrogantes básicas: para qué y cómo se usan las pantallas del celular, el videojuego y la TV en la dinámica de la generación interactiva venezolana.

- ▶ *Súper Bolívar interactivo*. Ranzolín (2017), nos presenta las siguientes reflexiones en torno al videojuego *Súper Bolívar* a partir de las opiniones de niños y adolescentes que han interactuado con este tipo de juego patrocinado por el gobierno: 1) Es una iniciativa que está orientada a reforzar los valores patrios y un conocimiento general de la historia de Venezuela. 2) Los niños suelen identificarse con este juego mientras que los adolescentes descartaron la posibilidad de vincularse con la aplicación. 3) Si bien en *Súper Bolívar* no se observa la violencia física, “permanece el elemento doctrinario a través de la presentación de un Bolívar en un contexto nacional que, pudiendo ser rico en valores de identidad y pertenencia para el público infantil, se convierte en una herramienta superficial.” (Ibíd:205).

## 2.2 Lectores y butacas para los gustos

- ▶ *Mujeres motivadas*. Colmenares (2016) indaga el consumo cultural teatral del público femenino en salas públicas, privadas de la ciudad de Caracas, durante el último bimestre del año 2014. Se pudo demostrar que las mujeres asistentes a las salas teatrales de Caracas “consideran divertido, educativo y creativo las motivaciones principales para asistir a una obra de teatro” (Ibíd: 252).
- ▶ *El placer literario*. Guzmán y Jiménez (2016), examinan los hábitos y prácticas de los públicos que asistieron al Festival de la lectura Chacao en el año 2016. “1) Dentro de los motivos principales para leer fue por el *placer literario/de la lectura* la que obtuvo el porcentaje más alto con 30 %, seguida con 25 % por *entretenimiento/ocio* y 22 % por *motivos de estudios/formación*.” (Ibíd:275) 2) “55 % de los encuestados acostumbran a leer libros, periódicos o revistas entre *todos los días* y *casi todos los días*.” (Ibíd:274) 3) “La pose-

sión de una biblioteca personal está fuertemente asociada al grado de escolaridad y al nivel socioeconómico de los entrevistados.”(Ibíd:276).

- ▶ *Cine y centros comerciales*. Guzmán (2006), nos presenta la situación del consumo cultural cinematográfico de los países miembros de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (Caaci). En México, Colombia y Venezuela, por lo general, no se asiste al cine porque dicho entretenimiento es costoso y por falta de tiempo.

Al hablar de *la sala de cine a la que se acostumbra a ir*, inmediatamente surge de forma espontánea el reconocimiento del lugar donde se encuentra ubicada la sala. *Se percibe un nivel de agrado por las salas de cine ubicadas en centros comerciales*, considerando las ventajas implícitas a esta decisión: estacionamiento, lugares para comer, tiendas para visitar, seguridad. (Ibíd: 85)

## 2.3 La ciudad que nos ve...

- ▶ *Mall, bingo y algo más*. Sánchez (2007), se pregunta por los elementos simbólicos y por los imaginarios sociales que generan los espacios de ocio y entretenimiento en la ciudad contemporánea de Caracas. “Nuevas ritualidades y orientan redefinen la relación entre usuarios y metrópolis, reinventando su propio sentido.” (Ibíd:31). En cuanto al sexo predominante, en Maracaibo, los hombres prefieren distraerse, pasear y comprar en los centros comerciales mientras que las mujeres prefieren jugar, comer y ver espectáculos en los bingos.
- ▶ *Consumo cultural: 1997 y 2007*. Velázquez (2012), realiza un estudio sobre el consumo cultural en Caracas durante los años 1997 y 2007. Comparó el *Proyecto de investigación sobre pobreza* de la Universidad Católica Andrés Bello (2007) con el trabajo *Consumo cultural del venezolano* (1998) de Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, Carlos Guzmán y colaboradores. El análisis comparativo reporta lo siguiente:

FICHA METODOLÓGICA 3  
CONSUMO CULTURAL - PERÍODO 2005-2018

TÍTULO/OBJETIVO	TEORÍAS	DISEÑO	CONCLUSIONES
<b>1. Consumo cultural urbano y los espacios de ocio y entretenimiento en la ciudad contemporánea de Caracas</b> (Sánchez, 2007)	<b>Estudios culturales latinoamericanos:</b> Jesús-Martín Barbero; Néstor García Canclini; Marcelino Bisbal; Guillermo Sunkel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método: etnográfico</li> <li>• Técnica: entrevistas estructuradas y observación participante en <i>malls</i> y bingos</li> </ul>	Las nuevas ritualidades orientan y redefinen la relación entre usuarios y metrópolis, reinventando su propio sentido.
<b>2. Nuevos medios para ¿Nuevas prácticas?</b> (Bisbal, Nicodemo, 2007)	<b>Teoría de la Comunicación:</b> Manuel Martín Serrano.  <b>Estudios Culturales latinoamericanos:</b> Carlos Monsiváis; José Joaquín Brunner; Néstor García Canclini	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método: cuantitativo</li> <li>• Técnica: encuesta opinática por cuotas.</li> <li>• Muestra: 520 personas, Distrito Metropolitano de Caracas</li> </ul>	Hablar de medios de comunicación hoy nos remite a <i>nuevos aparatos tecnológicos</i> , así como a unos nuevos modos de percepción y lenguajes, lo que implica nuevas sensibilidades ante las prácticas de orden cultural que se han introducido en el espacio-campo de la cultura de masas.
<b>3. Consumo cultural de videojuegos en adolescentes del Liceo Gran Colombia</b> (Uviedo, 2016)	<b>Teorías de Internet:</b> Marc Prensky; Alejandro Piscitelli; Manuel Castells  <b>Estudios Culturales latinoamericanos:</b> Jesús-Martín Barbero, Néstor García Canclini, Marcelino Bisbal, Guillermo Sunkel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método: cuantitativo</li> <li>• Técnica: encuesta: cuestionario estructurado</li> <li>• Muestra: 197 estudiantes del Liceo Gran Colombia</li> </ul>	Los encuestados confirman que a la hora de interactuar con esta nueva tecnología, lo que buscan es el entretenimiento, lo lúdico, seguido de "pasar el tiempo".
<b>4. Incidencia de las pantallas del celular, el videojuego y la TV en la dinámica de la generación interactiva venezolana</b> (Calderín, Bringué, Sádaba, 2011)	<b>Teorías de recepción y educación en medios masivos:</b> Mario Kaplún; Eduardo Santoro; Gustavo Hernández Díaz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método: cuantitativo</li> <li>• Técnica: encuesta.</li> <li>• Muestra: 1.128 sujetos estudiados: niños y adolescentes de edades comprendidas entre 6 y 18 años.</li> </ul>	La televisión es la pantalla con mayor penetración en los hogares de los niños venezolanos. Cualquier otra actividad que tengan que hacer los adolescentes, la combinan con la televisión, esta les acompaña, aunque sea como sonido de fondo.
<b>5. Más allá de las butacas. Motivaciones del público teatral femenino en Caracas</b> (Colmenares, 2016)	<b>Estudios culturales latinoamericanos:</b> Néstor García Canclini; Jesús Martín Barbero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método: cuantitativo</li> <li>• Técnica: encuesta</li> <li>• Muestra: cien sujetos de municipios de Caracas.</li> </ul>	Las mujeres que asisten al teatro se caracterizan por ser solteras, con edades comprendidas de 25 a 34 años, universitarias, con poder adquisitivo medio y con vehículos propios.

FUENTE: Cuadro elaborado por Gustavo Hernández Díaz (CIC-UCAB, 2018).

NOTA: Textos extraídos literalmente de las revistas.

FICHA METODOLÓGICA 4  
CONSUMO CULTURAL - PERÍODO 2005-2018

PROSUMIDORES,  
AUDIENCIAS  
Y CONSUMO CULTURAL  
EN VENEZUELA  
GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

TÍTULO/OBJETIVO	TEORÍAS	DISEÑO	CONCLUSIONES
<p><b>6. Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao</b> (Guzmán y Jiménez, 2016)</p>	<p><b>Teoría de consumo cultural:</b> Carlos Guzmán Cárdenas</p> <p><b>Estudios culturales latinoamericanos:</b> Néstor García Canclini</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método: cuantitativo</li> <li>• Técnica: encuesta por muestreo no probabilístico</li> <li>• Muestra: 696 encuestados, abril-mayo, 2016</li> </ul>	<p>¿Qué hizo Ud. ayer o el último día laboral durante su tiempo libre? Leer (12 %); Ver TV/ Noticias (9 %); Estudiar, salir a comer, dormir (6 %); Navegar en Internet (5 %).</p>
<p><b>7. El consumo cultural en los espacios públicos de Caracas 1997-2007</b> (Velázquez, 2012)</p>	<p><b>Estudios culturales:</b> Néstor García Canclini; Jesús Martín Barbero; Guillermo Sunkel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio documental de tipo comparativo sobre el consumo cultural en Caracas durante los años 1997 y 2007. Se analizó la asistencia a actividades culturales y de entretenimiento.</li> </ul>	<p>Este es el panorama de 1997 al 2007, encontramos en él diferencias en la forma de consumo dentro del espacio público, por lo que surge la interrogante de <i>cuáles son esos factores que generan las diferencias</i>. Ya hemos asumido la idea de aspectos relacionados con lo socioeconómico, o con los niveles educativos, o intereses culturales.</p>
<p><b>8. La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica. Un análisis comparativo diacrónico</b> (Guzmán, 2006)</p>	<p><b>Teoría de consumo cultural:</b> Marcelino Bisbal; Germán Rey; Jesús María Aguirre; José Joaquín Brunner; Guillermo Sunkel; Néstor García Canclini; Carlos Guzmán Cárdenas; Jesús Martín Barbero</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio documental sobre la estructura del consumo cultural cinematográfico de los países miembros de la Caaci</li> </ul>	<p>En el año 2003, <i>tan solo el 25 % ha visto alguna película venezolana</i> en televisión, video, DVD o sala de cine, según los entrevistados residentes en la Gran Caracas; Guarenas-Guatire; Valles del Tuy; el 27 % en Barquisimeto y el 35 % Maracaibo</p>
<p><b>9. Súper Bolívar: La espada interactiva en América Latina</b> (Ranzolín, 2017)</p>	<p><b>Teoría de los videojuegos:</b> Alejandra Ranzolín; Roberto Balaguer</p> <p><b>Teoría de la educación mediática:</b> Joan Ferrés,</p> <p><b>Teoría de las audiencias</b> Valerio Fuenzalida; José Martínez de Toda</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra aleatoria e intencional. Algunos de los encuentros se realizaron vía Internet – solo audio– y otros de forma presencial.</li> <li>• Técnica: entrevistas semiestructuradas a cinco (5) niños y adolescentes con edades comprendidas entre 9 y 17 años –dos niñas de 9 años, un niño de 11, una niña de 14 y una niña de 17 años–, en relación con su experiencia con el videojuego.</li> </ul>	<p>Súper Bolívar es una iniciativa que brinda la posibilidad de transmitir los valores patrios y la historia de Venezuela, sin embargo, tanto el contenido conceptual, como los aspectos técnicos referidos a las mecánicas del videojuego resultan limitados, lo cual dista de una enseñanza de la historia ajustada a los patrones críticos apuntados por los autores consultados y deslastrada de visiones doctrinarias, señalamientos que también reclama la educación para medios.</p>

FUENTE: cuadro elaborado por Gustavo Hernández Díaz (CIC-UCAB, 2018).

NOTAS: 1) Textos extraídos literalmente de las revistas y adaptados a estas fichas de registro investigativo. 2) Esta tabla es la continuación de la Ficha Metodológica N°3.

Actividades fuera de casa más comunes: 1) Visitas familiares, salir de paseo, idas a la playa o a un parque 2) Actividades similarmente comunes, pero con mayores variaciones de sus hábitos en el transcurso de los años: asistencia a centros comerciales, eventos deportivos, salas de cine o comidas en restaurantes. 3) El consumo tradicional de la televisión, radio y prensa ha variado pero no tan radicalmente. Las películas vistas en casa han tenido un crecimiento importante, al igual que la utilización de la computadora. (Ibíd: 274-275)

### 3. ¿Dónde están las audiencias?

Se entenderá por *audiencias* a las personas que interactúan y que experimentan los siguientes procesos de orden psicosocial y cultural, cognoscitivos y morales, a saber: interpretar, resignificar, complementar, consentir y refutar los mensajes masivos (Fuenzalida, 2006). Los estudios de las audiencias de los medios y de Internet enfatizan en la tesis de comprender la comunicación desde la cultura (Martín-Barbero, 1987) y con todo lo que ello supone, reconocer que formamos parte de una dinámica histórica, dialéctica y constructiva. Significa que la recepción es fluctuante y compleja, podemos asumir una

conducta acrítica, sumisa, pasiva, irracional y anónima y también podemos ser audiencias proactivas, “prosumidoras”, que confrontan narrativas en multipantallas. Reconocerse como prosumidor en la lógica de Alvin Toffler (1990), es asumir la condición de productores, curadores de contenidos e interventores de servicios mediáticos e informacionales. Siendo así, los estudios de audiencias establecen una *ruptura epistemológica con la aguja hipodérmica* de Harold Lasswell (Saperas, 1985), con el enfoque funcionalista de matriz neopositivista y con la visión apocalíptica cultural del marxismo que niega a la sociedad de las mediaciones democráticas.

conducta acrítica, sumisa, pasiva, irracional y anónima y también podemos ser audiencias proactivas, “prosumidoras”, que confrontan narrativas en multipantallas. Reconocerse como prosumidor en la lógica de Alvin Toffler (1990), es asumir la condición de productores, curadores de contenidos e interventores de servicios mediáticos e informacionales. Siendo así, los estudios de audiencias establecen una *ruptura epistemológica con la aguja hipodérmica* de Harold Lasswell (Saperas, 1985), con el enfoque funcionalista de matriz neopositivista y con la visión apocalíptica cultural del marxismo que niega a la sociedad de las mediaciones democráticas.

3.1 *Sexualidad y medios*. Neira, Oliva, Páez (2006), analiza la construcción de los imaginarios y prácticas de adolescentes y jóvenes en Maracaibo sobre temas de salud,

riesgos y sexualidad, medios de comunicación y oportunidades de educación. 1) Los jóvenes hablan de la sexualidad cuando se refieren a los medios. 2) Hay escasez de material orientativo sobre la salud sexual por parte de los medios. 3) “No hay una propuesta conceptual sobre la importancia del tema para la prevención del consumo de drogas, de enfermedades de transmisión sexual (ETS), del VIH/SIDA y del embarazo adolescente.” (Ibíd:33). 4) Los jóvenes opinan que el tema de la sexualidad es total y más de las veces desvirtuada en los medios mientras que la escuela guarda silencio sobre este asunto. 5) Los jóvenes prefieren socializar y enamorarse en estos lugares públicos: centros comerciales de la ciudad, “pequeños parques”, las canchas de barrio, la calle y sus esquinas. 6) Usan el celular “como un instrumento esencial en sus vidas, capaz de garantizar y potenciar los vínculos que establecen entre ellos mismos; es una herramienta comunicacional que utilizan fundamentalmente con sus pares a través principalmente del uso constante de los mensajes de textos.” (Ibíd: 34).

3.2 *El Hobbit en Venezuela*. Pineda, Paz, Ortiz, Rodríguez (2016), estudian la opinión que tienen las audiencias juveniles sobre la trilogía de las películas *El Hobbit*. Hay que destacar que este estudio forma parte de un trabajo coordinado por Martín Barker, del Reino Unido y Ernest Mathijs, de Canadá, y en el cual participaron investigadores y catedráticos de diversas universidades de 45 países de todo el mundo y con versiones de más de 25 lenguas. 1) Las actividades y preferencias de los jóvenes entrevistados están altamente relacionadas con la convergencia entre la cultura masiva, las tecnologías de la información y las redes sociales. 2) No son espectadores pasivos y acríticos del cine comercial. 3) “La opinión que tienen acerca de la trilogía de películas *El Hobbit* y su interpretación de estos filmes fue realizada desde una posición de género, de su edad y de su alto nivel educativo, lo cual se refleja en las valoraciones positivas que dieron,



FICHA METODOLÓGICA 5  
AUDIENCIAS - PERÍODO 2005-2018

PROSUMIDORES,  
AUDIENCIAS  
Y CONSUMO CULTURAL  
EN VENEZUELA  
GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

TÍTULO/OBJETIVO	TEORÍAS	DISEÑO	CONCLUSIONES
<b>1. Imaginarios y prácticas de jóvenes en Maracaibo en torno a la sexualidad y los medios</b> (Neira, Oliva, Páez, 2006)	<b>Teoría de las prácticas sociales:</b> Donas, Solum; Duarte, Claudio; Durston, John	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se seleccionó el grupo de discusión o grupo focal como estrategia metodológica, que proporcionó información útil para esbozar una caracterización de los adolescentes y jóvenes.</li> </ul>	<p>Los medios de comunicación son importantes para todos los entrevistados, pues les permiten o facilitan la interacción social.</p> <p>Los temas que consideran más relevantes, desde la perspectiva de la salud, son: enfermedades de transmisión sexual, SIDA, embarazo precoz y consumo de alcohol y cigarrillos.</p>
<b>2. Estudio de audiencia sobre las películas <i>El Hobbit: el caso venezolano</i></b> (Pineda, Paz, Ortiz, Rodríguez, 2016)	<b>Teoría de las mediaciones sociales</b> García Canclini, N.; González, J.; Martín Barbero, J.; Orozco, G.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metodológicamente se utilizó un cuestionario con 29 preguntas, que fue administrado para todo el mundo desde el Reino Unido y se mantuvo <i>on line</i> desde marzo a mayo de 2015. La única condición para participar era haber visto la trilogía de películas <i>El Hobbit</i>.</li> </ul>	<p>Algunos de estos jóvenes consideran que el género de fantasía, en el cual ubicaron a esta trilogía, les atrae porque les ayuda a llevar su existencia injusta y mal lograda o porque les permite evadirse a un mundo ideal al que pueden controlar mientras que su vida no.</p>
<b>3. Los niños también saben de política</b> (Acosta, 2012)	<b>Sobre niños y política</b> Cadenas, J. Easton, D. y Denis, J.; Merelman, R.M; Percheron, A.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se seleccionaron 26 niños de ambos géneros en edades comprendidas entre siete y nueve años, estudiantes de una escuela pública ubicada en El Valle y una escuela privada ubicada en Las Acacias, de la ciudad de Caracas. La selección de los sujetos respondió a las exigencias de la metodología cualitativa.</li> </ul>	<p>Los niños no han escapado al conflicto político debido al proceso de socialización que se inicia cada vez más temprano por la exposición de información e imágenes en diferentes ambientes, la participación en actos públicos y propagandas, la TV, vallas y grafitis.</p>
<b>4. Callan los medios. Hablan las audiencias</b> (Carrasco, 2015)	<b>Teoría de las audiencias</b> Bowman y Willis; Hernández, G.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se empleó la técnica de grupos focales. Dos grupos de audiencias diferenciados en dos niveles socioeconómicos (C y D-E) en tres ciudades distantes del país: Caracas, Barquisimeto y Puerto La Cruz, para un total de seis sesiones de grupo.</li> </ul>	<p>Según las audiencias, los medios no proveen información clara, amplia y suficiente sobre la realidad del país.</p>
<b>5. Perfil del lector de sucesos en el Zulia, Venezuela</b> (Hernández, 2011)	Teóricamente, se sustenta en el aporte de Baeza (2000); Imbert (2004); Rincón (2002)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de modelo probabilístico polietápico, estratificado de cuotas aleatorias, de selección múltiple y de fijación de cuotas por sexo, edad y condición social.</li> </ul>	<p>Los lectores pertenecen a varios estratos sociales, predominan amas de casa, obreros, comerciantes independientes, profesionales y estudiantes. <i>Mi Diario</i> se ha convertido en el segundo medio más leído en el estado Zulia y en la primera alternativa de lectura en algunos municipios.</p>

FUENTE: Cuadro elaborado por Gustavo Hernández Díaz (CIC-UCAB, 2018).

NOTA: Textos extraídos literalmente de las revistas y adaptados a estas fichas de registro investigativo.

**La investigación empírica de la recepción durante el período 2005-2018, reporta un total de dieciocho estudios que se apoyan en el método cuantitativo. Apenas nueve de ellos utilizan técnicas cualitativas, grupos focales y entrevistas profundas.**

bien sea como seguidores del autor del libro original y no del director de los filmes.” (Ibíd:100).

3.3 *Los niños saben de política*. Yorelis J. Acosta (2012), explora las relaciones entre niños y la política en el contexto actual. Conclusiones interesantes de este estudio: 1) Los medios de comunicación, en especial la televisión, son el principal agente de socialización desplazando a la familia. 2) Los niños reconocen la foto del presidente Chávez, no así las fotos de los gobernadores. 3) Los niños diferencian las marchas de protestas y marchas de chavistas cuando las personas estaban vestidas de rojo. 4) Los niños identifican los logos de los canales de televisión. 6) Las familias muy politizadas generan niños más activos en relación a la información política que procesan. 7) Los niños son sensibles y vulnerables a la política, identifican figuras de autoridad como el presidente y perciben la autoridad en términos de bondad y maldad.

3.4 *Callan los medios. Hablan las audiencias*. Carrasco (2015), explora las opiniones, creencias y actitudes de las audiencias sobre el acontecer nacional difundido por los medios, desde un enfoque interpretativo. Según las audiencias: 1) Los medios no proveen información veraz sobre la realidad del país. 2) La hegemonía comunicacional es la causa última de la desinformación. 3) Existe ausencia de información y falta de profundidad en el manejo del hecho noticioso. 4) Perciben las redes sociales como un espacio de libertad. 5) Las audiencias no compran periódicos que tergiversan la realidad y tampoco sintonizan noticieros que hacen lo mismo.

3.5 *Perfil de lector del Zulia*. Hernández (2011), evalúa el posicionamiento editorial de *Mi Diario* y el perfil de su audiencia. Este medio impreso se especializa en la crónica roja en el estado Zulia (Venezuela). 1) Entre los lectores de este diario predominan amas de

casa, obreros, comerciantes independientes, profesionales y estudiantes. 2) *Mi Diario* es el segundo medio más leído en el estado Zulia y la primera alternativa de lectura en algunos municipios. 3) “Se alerta de los riesgos que implica este posicionamiento editorial en la distorsión de las nociones sobre la muerte y que conduzca a la pérdida de la idea de los límites, insensibilidad ante lo íntimo y la naturalización de la violencia.” (Ibíd: 159). 4) La oferta editorial de *Mi Diario* se basa en la espectacularización de la violencia. 5) El estudio sostiene que “las consecuencias sociológicas del impacto de la violencia en la sociedad venezolana tienen que relacionarse con las mutaciones simbólicas que los grandes medios promueven y que las audiencias asimilan para la interpretación de una realidad cotidiana.” (Ibíd:175).

## AGENDA DES-ESPERADA

### 1. Importancia de los estudios de audiencias y consumo cultural para el desarrollo social

En la presente revisión bibliográfica, se pudo constatar que en trece años apenas se han producido veintisiete trabajos de *prosumidores, audiencias y consumo cultural* en Venezuela, durante el período 2005-2018. El panorama tampoco es muy alentador cuando reparamos que en los estudios que he realizado entre los años 2000 y 2013, solo se observaron dieciocho documentos en este orden: trece tesis universitarias y cinco informes a cargo de expertos en el área. Verdad de Perogrullo que sin datos no se puede planificar el desarrollo de una sociedad. Sin diagnósticos precisos no se pueden detectar las oportunidades que nos ofrecen los problemas. Tampoco es posible diseñar políticas públicas en materia de comunicación, educación y cultura (Hernández Díaz, 2015, 2013, 2010).

### 2. El sujeto es el mensaje: nuevo sensurium y hermenéuticas

► Los estudios de audiencias y consumo cultural en Venezuela han sido muy receptivos

con aquellas teorías constructivistas y post-modernas que iluminan la relación entre el sujeto y su entorno. Cito algunas de ellas: el sensorium cultural de Walter Benjamin, las mediaciones sociales de Martín Barbero y Orozco Gómez, la antropología del consumo de García Canclini, la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu, la convergencia cultural de Henry Jenkins, la inteligencia colectiva de Pierre Lévy, el conectivismo de George Siemens, la *autocomunicación* de Manuel Castells, la construcción de lo popular de Michael de Certeau y la sociología de la transitoriedad y del “no lugar”, de Marc Augé.

- No solo es necesario medir y cualificar los usos, preferencias, gratificaciones y resistencias culturales de los consumidores, audiencias y prosumidores. Hay que profundizar en las prácticas comunicacionales desde enfoques teóricos y disciplinarios que centren su atención en el sujeto y sus mediaciones sociales, sin subestimar la incidencia de los medios y de las TIC en la cotidianidad.
- La investigación empírica de la recepción durante el período 2005-2018, reporta un total de dieciocho estudios que se apoyan en el método cuantitativo. Apenas nueve de ellos utilizan técnicas cualitativas, grupos focales y entrevistas profundas. Se sugiere que las investigaciones empíricas traten, en la medida de sus posibilidades, de combinar técnicas cuantitativas y cualitativas con miras a demostrar hipótesis desde diversos puntos de vista. Nótese que no estamos asumiendo una postura anti-positivista o, en todo caso, pro-ideográfica o etnográfica. Baladí sumergirnos en debates respecto de cuál metódica y técnica es la más eficaz y pertinente. Muy bien lo dicen Cook y Reichardt (1995:47), cuando aseveran que la triangulación mediante operaciones convergentes supone: “El empleo complementario de métodos cualitativos y cuantitativos contribuye a corregir los inevitables sesgos presentes en cualquier método. Con sólo un método es imposible aislar el sesgo del método de la cantidad o de la cualidad subyacentes que se intenta medir.” Urge superar desde la “epistemología conver-

gente” dicotomías y polarizaciones que nos alejan de una lectura ponderada, híbrida y compleja de la sociedad.

- Por lo tanto, la realidad no se atornilla al diseño de investigación. Y llamo la atención en lo siguiente: pretender evaluar la complejidad glocalizada de la recepción mediática y del consumo cultural amerita de enfoques que permitan cualificar opiniones colmadas de genuinas aseveraciones y contradicciones. Por ejemplo, en un estudio de caso, la persona entrevistada puede afirmar que rechaza la “televiolencia” pero luego admite que prefiere ver policiales y serie de criminales en TV *online*. Esta sola respuesta no puede devenir en prejuicio sino en comprensión. No debemos olvidar que la comunicación cobra sentido en la cultura, según tesis esencial de Martín Barbero (1987).
- Bisbal y Nicodemo (2007) sugieren al respecto que hay que rebasar el sentido de lo exploratorio-cuantitativo de la investigación en comunicación, que la indagación de la nueva práctica cultural-comunicacional tiene que considerar factores comunicativos y no comunicativos muy diversos, que, según Martín Serrano (1995), se pueden constituir en problemas de dimensiones considerables. Señalo algunos de ellos: 1) la incorporación de la tecnología multimedia en la dinámica cotidiana de la familia y en actividades relacionadas con el tele-trabajo y acceso a la información pública. 2) el consumo de la información en condiciones de aislamiento físico y emocional. 3) la marginación comunicativa, no todos tendremos acceso a las TIC, existe la brecha digital, estamos en la era de los info-pobres e info-ricos (Castells, 2001). 4) Debe atenuarse el uso instrumental de los medios mediante el desarrollo de programas educativos que fomenten competencias mediáticas y digitales.

**No solo es necesario medir y cualificar los usos, preferencias, gratificaciones y resistencias culturales de los consumidores, audiencias y prosumidores. Hay que profundizar en las prácticas comunicacionales desde enfoques teóricos y disciplinarios que centren su atención en el sujeto y sus mediaciones sociales.**

**Recepción y audiencias se toman como sinónimos y no es así, la confusión radica en que se está soslayando la tradición epistémica de estos conceptos. *Recepción* es influencia, sujeto pasivo, unidireccionalidad. *Audiencia* es negociación, contexto social, mediaciones sociales y convergencia cultural.**

### 3. Sobre teoría, método y epistemología de los estudios en recepción y audiencias

- ▶ Si se abandona la reflexión teórica sobre las posibles influencias de los medios y sobre la vinculación que establecen las audiencias con su entorno social, se corre el riesgo de que los diagnósticos estén sesgados de modas conceptuales, metódicas y técnicas, que disten de explicar estos asuntos: usos, gratificaciones, preferencias, exposición, hábitos, imaginarios simbólicos, discursos, tramas y dramáticas que derivan de la relación que sostiene las personas con sus convergencias culturales.

▶ Aguirre (2011) sostiene, desde el campo de la epistemología, que no existe una ciencia unificada de la comunicación: “al menos en los términos rigurosos de una ciencia formalizada con sus postulados, teoría fundamental y métodos, y, en

segundo lugar no vemos por ahora una comunidad científica que comparta una epistemología común” (Ibíd: 50). Pasquali (2007), en esta misma orientación y con mucha anterioridad nos ha dicho que ante tanta confusión semántica se requiere “aportar las premisas de alguna futura univocidad terminológica y propiciar un mejor entendimiento mutuo y una mayor comprensión de lo que queremos realmente decirnos cuando dialogamos acerca de la comunicación y la información.” (Ibíd:48).

- ▶ En sintonía con las afirmaciones de Aguirre y Pasquali, agregaría que la falta de univocidad terminológica se debe en parte a lo diagnosticado por Vasallo de Lopes (1999), respecto de las falencias en el campo de la comunicación. Cito algunas de ellas: “Ausencia de reflexión epistemológica, debilidad teórica (insuficiente dominio de teorías, imprecisión conceptual), falta de visión teórica integrada, deficiente combinación de métodos y técnicas, dicotomía entre investigación cuantitativa y la investigación cualitativa.” (Ibíd: 19).

- ▶ Pongo un ejemplo: *Recepción y audiencias* se toman como sinónimos y no es así, la confusión radica en que se está soslayando la tradición epistémica de estos conceptos. *Recepción* es influencia, sujeto pasivo, unidireccionalidad. *Audiencia* es negociación, contexto social, mediaciones sociales y convergencia cultural. Por lo tanto, el modelo informativo de Harold Lasswell no explica el *por qué* se interactúa con el medio y el contexto social; los estudios culturales europeos y latinoamericanos, sí lo hacen, sobre todo a través de metódicas y prácticas etnográficas. Toca entonces complementar el verificacionismo positivista y proponer microsociologías cualitativas que aborden el proceso comunicacional y cultural, en toda su radical complejidad.

### 4. Sobre temas de investigación pendientes

- ▶ Reivindicar la dimensión política, ética y social de las audiencias en sus contextos locales y globales: ¿cómo el ciudadano interpreta la realidad histórica del país?, ¿cómo asimila el ejercicio de autoridad?, ¿qué opina sobre la comunicación política difundida por los medios masivos?, ¿cómo los usuarios utilizan la convergencia tecnológica en Internet?, ¿cómo han influido las tecnologías de la información y comunicación en las organizaciones?, ¿cómo han mediado las inclusiones y las exclusiones, autoritarismos y libertad de expresión en la democracia comunicacional?
- ▶ Hay que insistir en la discusión teórica en el campo de la comunicación y sus líneas de estudio, ello representa el “antídoto” contra la *ciencia normal* que ha objetado magistralmente Thomas Kuhn (1998), en el entendido de que debemos ser conscientes de las razones por las cuales asumimos un paradigma determinado, de lo contrario se incurre en la aceptación instrumental de protocolos y métodos que no tiene otro propósito que lograr siempre los resultados esperados por la comunidad científica. Una ciencia que no se piensa ni se cuestiona desde la teoría del conocimiento, deviene en *pseudo-ciencia* donde subyacen

estructuras de poder ideológico y donde se expresa toda una gama de prejuicios sociales y psicológicos que influyen negativamente en la interpretación de la realidad.

- ▶ Estudiar la mediación social es pensar en dos aplicaciones concretas: educar en medios y consumo cultural y diseñar políticas públicas en materia de comunicación y cultura.
- ▶ Canclini afirma que *la cultura sirve para pensar*; agrego: *hay que enseñar a pensar la escuela desde la cultura*. La educación para la recepción, siempre centrada en la televisión, está siendo superada por otro enfoque: pedagogías digitales y cibermedios en la escuela.
- ▶ Hay que investigar audiencias con métodos cualitativos: se sabe mucho sobre exposición y preferencias; muy poco de las contradicciones del consumidor.
- ▶ Estudiar la transmedialidad y las convergencias videotecnológicas en espacios sociales: restaurantes, bares, hospitales, centros comerciales, etcétera.
- ▶ Se necesita comprender a los *prosumidores*: ¿cómo construyen los usuarios de Internet sus mediaciones digitales, cognitivas y videotecnológicas?
- ▶ Se requiere de análisis comparativos nacionales e internacionales en comunicación que se sumerjan en estos temas: 1) La microsociología de lo cotidiano. 2) Las prácticas amadas y padecidas de las culturas urbanas y populares, incluyendo sus resistencias, conveniencias y alternativas comunicacionales ante la semiótica avasallante de los medios masivos y de Internet. 3) Los consumos de múltiples pantallas y los hábitos de los prosumidores en los ciber-ecosistemas comunicacionales. 4) El uso pedagógico de videojuegos, *selfie*, Instagram, Facebook y todo lo atinente al mercado de aplicaciones lúdicas. 5) La ciber-identidad y sus implicaciones con *second life*, donde el papel de la psicología social es crucial. 6) La participación de los ciudadanos en el ámbito cultural y político. 7) Los procesos psicológicos de identificación y proyección virtual y los imaginarios patológicos que derivan del

consumo de pornografía infantil, pedofilia, terrorismo organizado, xenofobias, *bullying* y homofobias. Patologías sociales que hay que discutir las abiertamente en la escuela, en la familia y en las comunidades desde perspectivas educativas, morales, y culturales.

**GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ.**

Profesor Titular de la UCV. Doctor en Ciencias Sociales de la UCV. Director del CIC-UCAB. Miembro de la revista *Comunicación* del Centro Gumilla desde 1987.

**Nota:** este artículo se elaboró en el marco del *Proyecto Reto País* de la UCAB: *Estudios sobre redes sociales y consumo cultural en Venezuela durante el período 2010-2019*. El equipo de investigación de este proyecto está integrado por los profesores Gustavo Hernández Díaz (director de investigación), Marcelino Bisbal (coordinador), Johanna Pérez Daza, Carlos Delgado Flores y Andrés Cañizález; y por las aprendices de investigación Gema González Guzmán y Alexa Vielma, estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB y, además, becas-trabajo del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC-UCAB). Hay que destacar que este proyecto fue aprobado por el Consejo de Desarrollo Científico y Tecnológico de la UCAB, en sesión de su Consejo del día 24 de septiembre de 2018.

**Referencias**

ACOSTA, Yorelis (2012): “Los niños también saben de política”. En: revista *Comunicación* N°158, Caracas: Centro Gumilla.

AGUIRRE, Jesús María (2011): “Prácticas teóricas de comunicación en Venezuela”. En: revista *Comunicación* N°157. Caracas: Centro Gumilla.

AGUIRRE, Jesús María; BISBAL, Marcelino y cols. (1998): *El consumo cultural del venezolano*. Caracas: Fundación Centro Gumilla, Consejo Nacional de la Cultura.

ARCILA, Carlos, (2008): “La producción comunicativa de la identidad en los entornos virtuales”. En: *Anuario Ininco*. Vol. 20, N°1, Caracas: UCV.

ARTIGAS, Daniela (2008): “Apropiación social de herramientas digitales 2.0 por periodistas venezolanos”. En: *Quórum Académico*, vol. 5, núm. 2. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.

BARBOZA, María; BLANCO, Luis y cols. (2016): “Una lectura cibergráfica sobre la interactividad en las cuentas de Twitter que manejan los periodistas venezolanos”. En: *Temas de Comunicación* N°33. Caracas: UCAB.

BAUMAN, Zygmunt (1999): *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

BISBAL Marcelino (2005): “Recepción y TV en Venezuela: itinerario de una línea investigativa”. En: revista *Comunicación* N° 131. Caracas: Editorial Centro Gumilla.

- BISBAL, Marcelino; NICODEMO, Pasquale (2007): “Nuevos medios para ¿Nuevas prácticas?” En: revista *Comunicación* N°138. Caracas: Centro Gumilla.
- \_\_\_\_\_ (2011): “Sentido, representaciones y uso cotidiano de la nueva telefonía móvil”. En: revista *Comunicación* N°154: Caracas: Editorial Centro Gumilla.
- BURGOS, Edixela (2012): “Influencia del capital cultural mediático en las competencias comunicacionales de los bachilleres varguenses”. En: *Temas de Comunicación* N°24. Caracas: UCAB.
- CALDERÍN, Mabel; BRINGUÉ, Xavier; SÁDABA, Charo (2011): “Incidencia de las pantallas del celular, el videojuego y la TV en la dinámica de la generación interactiva venezolana”. En: *Temas de Comunicación* N°22. Caracas: UCAB.
- \_\_\_\_\_ (2011): “La generación interactiva venezolana: su relación con la computadora y el acceso a Internet”. En: *Anuario Ininco*, Vol. 24, N°1. Caracas: UCV.
- CARRASCO, Gloria (2015): “Callan los medios. Hablan las audiencias”. En: *Temas de Comunicación* N°31. Caracas: UCAB.
- CASTELLS, Manuel (2001): *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza y Janés.
- COLMENARES, Zicri (2016): “Más allá de las butacas. Motivaciones del público teatral femenino en Caracas”. En *Anuario Ininco*, Vol. 28, N°1. Caracas: UCV.
- COLOMINA DERIVERA, Marta (1968): *El huésped alienante*. Venezuela: Editorial Universitaria.
- DELGADO FLORES, Carlos (2017): “Choque de marcos: El tema del #diálogo en la conversación venezolana en Twitter”. En: revista *Comunicación* N°177. Caracas: Editorial Centro Gumilla.
- FUENZALIDA, Valerio (2006): “Estudios de audiencia y recepción en Chile”. En: revista *Diálogos* N-73. Perú: Felafacs.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1993): “Comunicación y consumo en tiempos neoconservadores”. En: revista *Comunicación* N° 81. Caracas: Centro Gumilla.
- GONZÁLEZ, Liliana (2005): “La participación ciudadana del venezolano en Internet”. En: revista *Comunicación* N°131. Caracas: Editorial Centro Gumilla.
- GUZMÁN, Cárdenas, Carlos (2006): “La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica. Un análisis comparativo diacrónico”. En: *Anuario Ininco*, Vol. 18, N°1. Caracas: UCV.
- GUZMÁN, Carlos y JIMÉNEZ, Jeycelith (2016): “Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao”. En: *Anuario Ininco*, Vol. 28, N°1. Caracas: UCV.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (2010): “Estudios latinoamericanos en recepción y audiencia mediática”. En: *Prácticas y travesías de comunicación en América Latina*. Caracas: Centro Gumilla.
- \_\_\_\_\_ (2011): “Estudios académicos venezolanos sobre recepción y audiencias en medios de comunicación”. En: *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas a futuro*. Quito-Ecuador: Ciespal.
- \_\_\_\_\_ (2012): “Audiencias y método cualitativo”. En: *Anuario Ininco*, N°2, Vol.18. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- \_\_\_\_\_ (2013): “La investigación en comunicación en América Latina”. En: revista *Comunicación* N° 161. Caracas, Centro Gumilla.
- \_\_\_\_\_ (2013): “Recepción, audiencias y consumo cultural en Venezuela (período 2000-2011)”. En: *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol.4, n°2. España: Editorial Universitas, S.A.
- \_\_\_\_\_ (2015): “Recepción, audiencias y consumo cultural en Venezuela”. En: *Encrucijadas de la Comunicación*. Caracas: Centro Gumilla. big& co. Editor.
- \_\_\_\_\_ (2016): *La investigación en comunicación social*. Caracas: UCAB-abediciones.
- HERNÁNDEZ, Johandry (2011): “Perfil del lector de sucesos en el Zulia, Venezuela”. En: *Temas de Comunicación*, N°23. Caracas: UCAB.
- JENKINS, Henry (2008): *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Paidós Ibérica.
- KUHN, Thomas (1998): *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gilli.
- \_\_\_\_\_ (1999): “Recepción de medios y consumo cultural: travesías”. En: Sunkel Guillermo (comp.): *Consumo cultural en América Latina*. Santa Fé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- \_\_\_\_\_ (2002): *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y PATRICIA TÉLLEZ, María (2006): “Los estudios de recepción y consumo en Colombia”. En: revista *Diálogos* N-73, Perú: Felafacs.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (1995): “Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual”. En: *Informes Anuales de Fundesco. Comunicación Social 1995/Tendencias*. España: Fundación para el Desarrollo de la Función Social de la Comunicación (Fundesco).
- MIQUILENA, Morella (2014): “Me gusta. Adolescentes de Caracas y representaciones del cuerpo femenino a través de la red social Facebook”. En: *Anuario Ininco*, Vol. 26, N°1. Caracas: UCV.
- MIQUILENA, Morella; MARROQUÍN, Lilian (2012): “De los medios a las hipermediaciones: la mujer perfecta”. En: *Anuario Ininco*, Vol. 24, N°1. Caracas: UCV.
- MONTILLA, Alfredo y PÁEZ, Ángel (2010): “Participación ciudadana en Internet en los Centros de Gestión Parroquial de la zona occidental-andina de Venezuela”. En: *Quórum Académico* Vol. 7, N° 1. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2001): *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- PACHANO RIVERA, Doris (1982): *La televisión y los escolares*. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- PARRA, Luz Neira; OLIVA, Guadalupe; PÁEZ, Ángel (2006): “Imaginario y prácticas de jóvenes en Maracaibo en torno a la sexualidad y los medios. En: *Quórum Académico*, vol. 3, núm. 2. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.
- PASQUALI, Antonio (2007): *Comprender la comunicación*. España: Editorial Gedisa.

- PEÑA DE ARIAS, María (2011): “Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook”. En: *Anuario Ininco*, Vol. 23, N°1. Caracas: UCV.
- PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia y cols. (2016): “Estudio de audiencia sobre las películas *El Hobbit*: el caso venezolano”. En: revista *Comunicación* N°174. Caracas: Centro Gumilla.
- PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia (2001): “Las teorías clásicas de la comunicación: balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI”. En: *Opción: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, N°36. Venezuela: Universidad del Zulia.
- \_\_\_\_\_ (2006): “La investigación de la comunicación en América Latina”. En: *Opción: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, N°50. Venezuela: Universidad del Zulia.
- PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia y cols. (2010): “La investigación de audiencias televisivas en América Latina: el caso venezolano, un balance necesario”. En: revista *Comunicación* N°151. Caracas: Editorial Centro Gumilla.
- RANZOLIN, Alexandra (2017): “Súper Bolívar: La espada interactiva en América Latina”. En: *Anuario Ininco*, Vol. 29, N°1. Caracas: UCV.
- SÁNCHEZ, José (2007): “El consumo cultural urbano y los espacios de ocio y entretenimiento en la ciudad contemporánea venezolana”. En: *Quórum Académico*, vol. 4, núm. 1. Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia.
- SANTORO, Eduardo (1996): “La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño, 30 años después”. En: *Extramuros* N° 8. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación UCV.
- \_\_\_\_\_ (1969): *La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño*. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, UCV.
- SAPERAS, Enric (1985): *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. España: Editorial Ariel.
- SUNKEL, Guillermo (Coord.) (1999): *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- TAHAN, Richard (2016): “Redes sociales para la participación cívica y política de estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello”. En: revista *Comunicación* N°173. Caracas: Editorial Centro Gumilla.
- TOFFLER, Alvin (1980): *La tercera ola*. Bogotá: Plaza y Janes.
- UVIEDO, Corina (2016): “Consumo cultural de videojuegos en adolescentes –Caso de adolescentes del tercer año del Liceo Bolivariano Gran Colombia–”. En: revista *Comunicación* N°175. Caracas: Centro Gumilla.
- VASALLO de LOPES, Maria Immacolata (1999): “La investigación en comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas”. En: revista *Diálogos de la Comunicación* N°56. Brasil: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- VELÁSQUEZ, Juan Ernesto (2012): “El consumo cultural en los espacios públicos de Caracas 1997-2007”. En: *Anuario Ininco*, Vol. 24, N°1. Caracas: UCV.
- VILLARROEL, Gabriela (2005): “Construcción de relaciones digitales: un análisis del discurso”. En: *Cuadernos Ininco/ Investigaciones de la Comunicación* N-4. Caracas: Ediciones del Vicerrectorado Académico de la UCV.

Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Anna Boyiazis.



Tres son los tiempos, presente de las cosas pasadas, presente de las presentes y presente de las futuras. Porque estas tres presencias tienen algún ser en mi alma, y solamente las veo y percibo en ella. Lo presente de las cosas pasadas, es la actual memoria o recuerdo de ellas; lo presente de las cosas presentes, es la actual consideración de alguna cosa presente; y lo presente de las cosas futuras, es la actual expectación de ellas. Si me es permitido hablar así, veo ya los tres tiempos y confieso que los tres existen. Puede decirse también que son tres los tiempos: presente, pasado y futuro, como abusivamente dice la costumbre; dígame así, que yo no curo de ello, ni me opongo, ni lo reprendo; con tal que se entienda lo que se dice y no se tome por ya existente lo que está por venir ni lo que es ya pasado. Porque pocas son las cosas que hablamos con propiedad, muchas las que decimos de modo impropio, pero que se sabe lo que queremos decir con ellas.

SAN AGUSTÍN, *Confesiones*. XI, XX, 26.

*Vengo del futuro...*

MARTHY McFLY, *Back to the future*, 1985.



# Investigación venezolana en mediaciones digitales (2008-2018)

## —apuntes para un estado del arte—

---

CARLOS DELGADO FLORES

---

En este texto el autor revisa un conjunto de investigaciones (trabajos de grado) realizados en las escuelas y postgrados de Comunicación Social de dos universidades venezolanas en un periodo de diez años, para dar cuenta de un cuerpo de tendencias que se enmarcan en el proceso que denomina como “normalización de la noción de mediación”, y que constituyen el punto de partida para un estado del arte del campo de estudios que visto desde una perspectiva epistemológica, pueda proyectarse de cara a las tendencias que se configuran en este cambio de época que marca el surgimiento de la sociedad del conocimiento.

**ABSTRACT** *In this text the author reviews a set of research (degree works) carried out in the schools and postgraduate programs of Social Communication of two Venezuelan universities in a period of ten years, to give an account of a body of tendencies that are part of the process that called "normalization of the mediation notion", and that constitute the starting point for a state of the art field of studies that seen from an epistemological perspective, can be projected in face of the trends that are configured in this change of time marks by emergence of the knowledge society.*

### INTRODUCCIÓN

#### LA MEDIACIÓN COMO METADESCRIPTOR

Para la investigación en comunicación social, el concepto mediación es pivotante. A un tiempo, sintetiza en forma descriptiva el conjunto de prácticas asociadas a la comunicación social, de manera tal de trascender la versión que da cuenta de ellas como funciones dentro del cuerpo

social, dispuestas a la búsqueda de efectos por parte de los receptores/perceptores (Martín Serrano); pero a la vez preserva la perspectiva crítica que las evalúa como participantes de un modo de producción, donde las asimetrías de capital quitan legitimidad a estas mismas prácticas en una perspectiva de la Modernidad que la entiende como la ideología del capitalismo

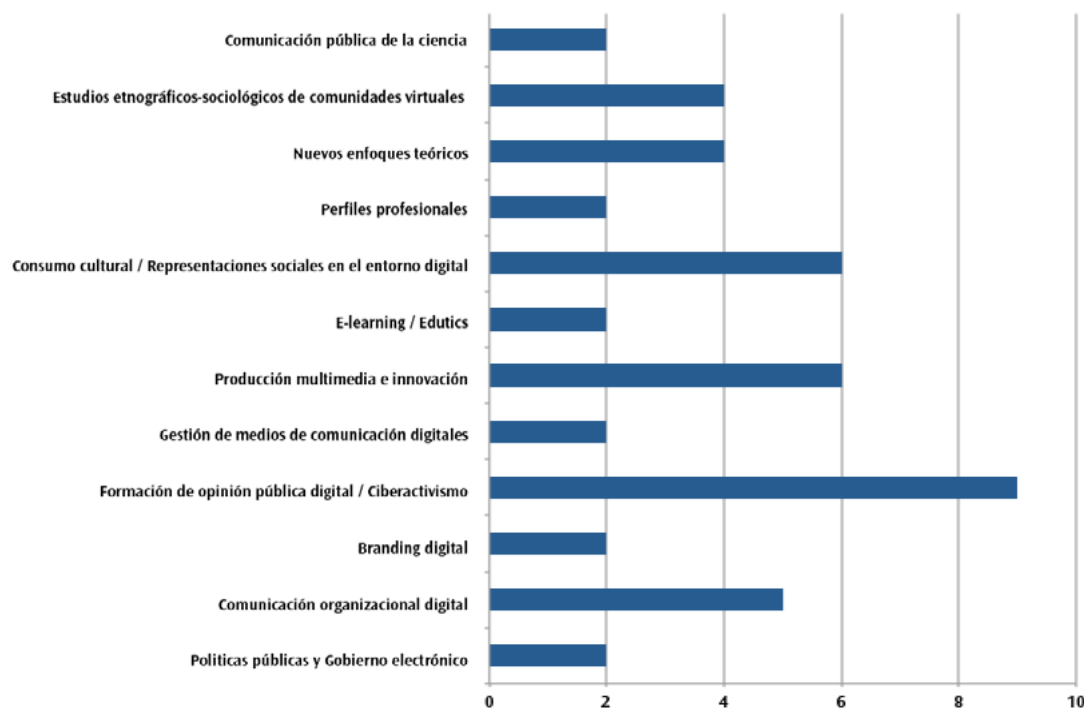
(Wallerstein, 2013) y donde los procesos de intercambio y capitalización (Baudrillard, 1999; Bourdieu, 1997), de construcción de valor por parte de los mediadores en tanto que constructores de discurso (Martín Serrano, 1977), o por parte de las audiencias empoderadas de sus propias estrategias de producción simbólica (Barbero, 1987; Orozco, 1991; De Certau, 1999), construyen la trama de significaciones que desde la perspectiva de los estudios culturales podemos entender como cultura (Weber, 1922; Geertz, 1973), imaginario social (Castoriadis, 1989) o semiosis social (Veron, 1987), entre otros enfoques destacables.

La mediación ha sido eficaz para dar cuenta hasta ahora, de la complejidad de la comunicación social en tanto relación de consaber (Pascuali, 1978), tanto de manera comprensiva, en su generalidad antropológica, como de manera analítica, en el cuerpo de las disciplinas, campos de estudio y enfoques teórico-metodológicos tanto de la producción de comunicación social como de su investigación. Sin embargo, la emer-

gencia de la comunicación en el entorno digital, de la mano de los procesos que vienen caracterizando esto que comenzamos a reconocer como un cambio de época para el proyecto civilizatorio: la crisis de la globalización liberal, la cuarta revolución industrial, la emergencia de la sociedad del conocimiento y la urgencia del desarrollo sustentable, requieren de nuevas teorías y nuevos métodos que, preservando los avances de la tradición heredada, abran nuevas perspectivas para la investigación de la comunicación.

De allí que pueda considerarse que, más allá de un descriptor de tematizaciones, la mediación resulta sintética para traer al presente el acto de comunicar y sus distintas traducciones lexicales, distribuidas a lo largo de la tradición heredada de los estudios de comunicación social y su vinculación al conjunto de prácticas que dan cuenta de la experiencia humana contemporánea, el alegato antropológico fundamental al cual alude Lluís Duch (2002). Y poseer “meta-descriptores” es de utilidad cuando se trata de

**GRÁFICO 1**  
CLASIFICACIÓN TEMÁTICA DE INVESTIGACIONES EN MEDIACIÓN DIGITAL  
UCV/UCAB (2008-2018)



Fuente: el autor (2019).

comparar la evolución de un campo de estudios con las perspectivas que un cambio de época puede abrir para la evolución de esos mismos estudios: cuando se hace balance y se trazan perspectivas.

Se trata, acaso, de explorar el territorio de la producción científica de una manera atenta: rastreando la posibilidad de encontrar ejes de transformación que den cuenta de posibles cambios paradigmáticos, siguiendo una ruta inversa a la que reporta Thomas Kuhn en *La estructura de las revoluciones científicas* (1998) y en vez de pasar de una primera fase, precientífica, en donde se acepta un paradigma a una segunda, donde se normaliza la investigación que tal modo de distinguir lo normal, lo estandarizado, lo establecido en su veridicción (Foucault, 1984) de las *anomalías*, aquellas conjeturas que rompen las regularidades discursivas, que brotan de los intersticios de los discursos vistos desde su genealogía (Foucault, 1984) y aparezcan nuevas conjeturas que reúnan en torno a sí nuevas teorías (fase revolucionaria), se retroceda desde el presente de las transformaciones del cambio de época, hasta la consolidación de una tradición, en este caso representada por la noción de mediación.

En las líneas que siguen, se ofrecen elementos para un estado del arte en la investigación en mediaciones digitales, construido a partir de la revisión de un conjunto de trabajos de grado tanto de pregrado como de postgrado, realizados entre 2008 y 2018. La selección, si bien es parcial, comprende a la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, la Maestría en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV, nucleada en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, la Maestría en Comunicación Social y la Especialización en Publicidad de la UCAB.

Se trata de una selección que, aunque incompleta, permite orientar *grosso modo*, las líneas seguidas para la normalización de la noción de mediación en la producción de investigaciones en dos de las escuelas de comunicación social más antiguas del país. Cuantitativamente, la

selección se distribuye atendiendo a las temáticas constituidas en las prácticas de producción de comunicación social, y sus volúmenes pueden apreciarse en el gráfico 1.

### LA NORMALIZACIÓN DE LA NOCIÓN DE MEDIACIÓN EN EL CAMPO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Una primera mirada al proceso de normalización de la idea de mediación, y su aplicación al estudio de la comunicación digital lleva a inscribirla en la tradición de los estudios de comunicación social, atendiendo a los paradigmas vigentes: el funcionalista, el crítico y los estudios culturales. Esta inscripción lleva a que las teorías para comprender la operación de mediación, sean las propias de los paradigmas vigentes en el campo de estudio; a que dada la novedad de los fenómenos de la comunicación digital y a no disponer de un repertorio de teorías con suficiente capacidad explicativa que a la vez preserven los *complexus* de sentido de los fenómenos, la mayoría de las investigaciones revisadas no trascienden de un nivel descriptivo de aproximación a su objeto de estudio.

La normalización ha inscrito el concepto de mediación en el cuerpo de problemas tradicionales del campo de estudios que se han formulado, a su vez, siguiendo la lógica de agrupar el trabajo de los investigadores noveles bajo la tutoría de investigadores expertos en las áreas de especialización, comúnmente concebidas como líneas de investigación. Los investigadores expertos se consideran herederos de la tradición del campo de estudios y proponen el abordaje de los temas y el acompañamiento en el desarrollo de la investigación a partir de las elecciones teórico-epistemológicas de la tradición, del repertorio de teorías y metodologías disponibles y de las heurísticas con eficacia comprobada, adecuada a cada problema de investigación.

Las líneas de investigación no suelen poseer carácter interdisciplinario o transdisciplinario, de allí que estas dependan en gran medida del repertorio disponible, adoptado por cada investigador según su vocación profesional y su comprensión del modo en que su investigación hace parte del conjunto del campo de estudios de la comunicación social, al cual no se le concibe

como disciplina por no contar con un marco epistemológico propio, sino derivado de otros campos del conocimiento.

Erik Torrico (2004) describe el campo de estudios como el resultado de la interacción entre matrices teórico-sociales (prefiere este concepto, citando a Kuhn, en lugar del de paradigma, también en Kuhn 1998), abordajes comunicacionales, y enfoques/teorías de rango medio. Y ello se corresponde con la conjetura trazada por Jesús María Aguirre (1999), de dos panoramas de avance para las ciencias de la comunicación: el arborescente y el rizomático. El primero, lógico formal, inductivista, cartesiano, causal/correlacional, regido por el sujeto trascendental kantiano, que es un sujeto abstracto, ideal, enunciador de predicados lógicos y recurso de la objetividad científica sin paréntesis (Maturana, 2001), y el segundo:

**(...) la investigación requiere epistemologías en correspondencia que ordenen el tipo de razonamiento, operen diversos tipos de operaciones argumentativas, permitan elegir el repertorio de teorías disponibles nucleadas en los paradigmas y los métodos, metodologías y técnicas adecuados a cada objeto de estudio construido.**

... más ajustado a la teoría del caos y del principio de incertidumbre, apoyaría la tesis de que las diversas ciencias de la comunicación se constituyen con cierta autonomía, estableciendo relaciones rizomáticas según los problemas que intentan solucionar a partir de interpretaciones disciplinares desde una óptica centralizada por la economía política: poder, cuerpo, producción / reproducción, etc. (Aguirre, 1999)

Así pues, partiendo de *ontologías* de la comunicación que la conciban alternativamente como flujo de información que genera un efecto, como sustracción de valor en una relación de intercambio, como interacción en un plano simbólico o como una conversación entre distinciones en el mundo de la vida, la investigación requiere *epistemologías* en correspondencia que ordenen el tipo de razonamiento, operen diversos tipos de operaciones argumentativas, permitan elegir el repertorio de teorías disponibles nucleadas en los *paradigmas* y los *métodos, metodologías y técnicas* adecuados a cada objeto de estudio construido. La mediación en la comunicación

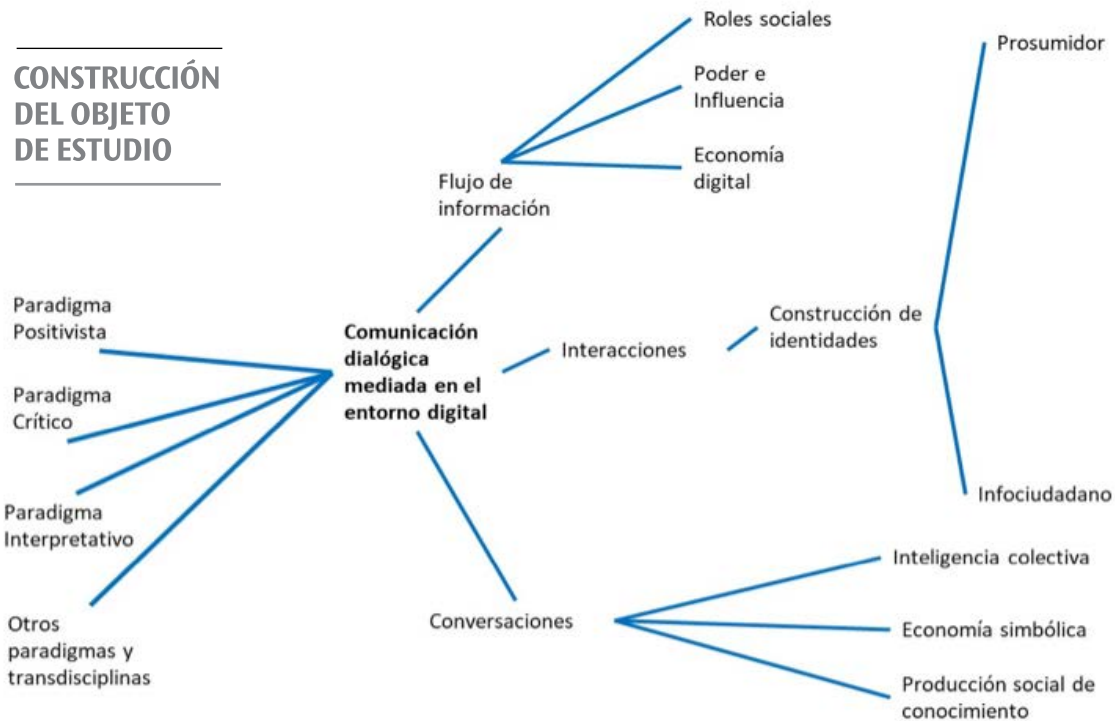
### CUADRO 1.

#### PARADIGMAS DOMINANTES EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL

	Paradigma positivista	Paradigma interpretativo	Paradigma crítico
<b>Características principales</b>	La realidad es objetiva. Estudio de variables. Formulación de leyes generalizables.	Estudio del significado. Estudio de reglas.	Reflexión crítica como proceso científico. Los datos son complementarios de la reflexión. Análisis del poder.
<b>Finalidad de la investigación</b>	Explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar las teorías.	Comprender, interpretar la realidad, los significados, las percepciones, intenciones y acciones.	Identificar potencia de cambio. Emancipar el sujeto. Analiza la realidad.
<b>Relación sujeto (investigador) / objeto de estudio</b>	Independencia. Neutralidad. Investigador externo.	Dependencia. Implicación del investigador. Interrelación.	Relación influida por el compromiso de cambio. El investigador es un sujeto más.
<b>Teorías</b>	Estructural-funcionalista.	Escuela de Palo Alto. Interaccionismo simbólico. Construccionismo. Etnometodología. Fenomenología. Semiótica.	Escuela de Frankfurt. Economía política. Estudios culturales.
<b>Técnicas más usuales</b>	Se apoya en datos cuantitativos: encuestas, análisis de contenido, observación sistemática, experimentos.	Se apoya en datos cualitativos: entrevistas en profundidad, historias de vida, grupos de discusión, análisis de discurso.	Se apoya en la reflexión teórico-crítica: observación, historias de vida, entrevistas en profundidad, análisis de discurso.

Fuente: Del Río (2011).

**GRAFICO 2.**  
VECTORES PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO  
EN LA COMUNICACIÓN DIALÓGICA MEDIADA EN EL ENTORNO DIGITAL



digital no constituye una excepción, aun cuando pueda tratarse de objetos complejos de los cuales no pueda darse cuenta con explicaciones de carácter reductivo. Una versión sucinta de los paradigmas dominantes y su aplicación puede apreciarse en el cuadro 1 y en el gráfico 2.

Así pues, hay una perspectiva general para la normalización. Conviene ahora apuntar cómo ocurre el proceso a lo interno del campo. Al agrupar el conjunto de tesis analizadas, según sus descriptores, se obtuvo una clasificación *ad hoc* de doce áreas de aplicación. Se revisan a continuación.

**1. Políticas públicas y gobierno electrónico**

A partir del reconocimiento de la comunicación como un derecho que actualiza la libertad de expresión, el acceso a la información y la libertad de prensa, y la necesidad de que el Estado constituya garantías de derecho, la mediación digital se va entendiendo bajo la lógica de rediseñar las comunicaciones de estado, abriendo espacios que permitan transformar la conversación digital sobre temas de

interés público, en políticas públicas conducentes a convertir esas conversaciones en acciones vinculantes al Estado y a la ciudadanía. Así se encuentran investigaciones que estudian la evolución del gobierno electrónico y su transformación en gobierno abierto; los procesos de transparencia y rendición de cuentas, así como investigaciones que revisan las políticas públicas de acceso a Internet, de manera comparativa con otros países de la región. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

**2. Comunicación organizacional digital**

Tomando en consideración a las redes sociales como espacios privados que pueden volverse públicos conforme la temática de la conversación digital lo sea, surgen para las organizaciones contemporáneas dilemas que parecen apuntar hacia la necesidad de trascender la comprensión de Internet y redes sociales como “un canal más”. Así, se encontraron investigaciones que exploran la noción de Comunicaciones Integradas de Mercadeo como punto de partida para diseñar estrategias de conversación digital en

redes, para evaluar el *branding* de sitios web de organizaciones (canales de TV, en el conjunto revisado) o de instituciones de la administración pública. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

### 3. Branding digital

Dado que la conversación entre audiencias ciudadanas en el entorno digital posee escala relacional directa (1x1), la construcción de marcas y el desarrollo de comunicaciones publicitarias valora las distinciones hechas por la audiencia como una recomendación *boca a boca*, y pide desarrollar líneas estratégicas que comprendan de manera sistémica el desarrollo de la promoción de marca. En el cuerpo de investigaciones revisadas se encontraron dos trabajos de estrategia para *branding* digital. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

### 4. Formación de opinión pública digital / Ciberactivismo

Se trata de una de las áreas de trabajo con mayor productividad dentro del conjunto de trabajos revisados. Se estima que ello puede deberse a que aúnan los estudios de una retórica periodística tradicional, concebida para construir ciudadanía y coadyuvar a la gobernabilidad, con los usos de la conversación ciudadana digital y su conversión en acción política institucional o parainstitucional. Los trabajos recopilados cuestionan la eficacia de la agenda *setting* como factor clave para la construcción del relato cotidiano que enmarca la producción de opinión pública, al igual que los apoyos –directo y/o difuso– a nociones vitales para la política contemporánea; revisan tópicos, pragmáticas discursivas y, asimismo, activismo tematizado y articulado en la conversación digital. La mediación se concibe como estrategia de la audiencia ciudadana en interacción con la producción social de comunicación.

### 5. Gestión de medios de comunicación digitales

Los trabajos analizados parten de la noción de convergencia digital, concebidos como parte de

un proceso de transformación de medios industriales, y de su adaptación a un entorno digital que demanda transformaciones profundas en los modelos de negocio y en la (re) comprensión de su rol político en los sistemas contemporáneos de gobernabilidad. La mediación se entiende como producción social de comunicación.

### 6. Producción multimedia e innovación

En este grupo se reúnen tanto trabajos de elaboración de medios digitales con narrativas transmedia, como exploraciones a las innovaciones en el desarrollo de interfaces. Es el segundo grupo más numeroso y se explica por cuanto permiten al investigador poner en perspectiva una investigación de campo, comúnmente mercadológica y etnográfica, para caracterizar el público meta y en función de sus características resaltantes, diseñar y desarrollar un proyecto. La mediación se entiende como producción social de comunicación.

### 7. E-learning / Edutics

Esta área, interdisciplinaria por antonomasia, reúne investigaciones que desarrollan interfaces y contenidos para la educación a distancia basada en el entorno digital, e igualmente otras que incorporan las Tecnologías de Información y Comunicación para el desarrollo de competencias cognitivas y/o simbólicas en los procesos de enseñanza-aprendizaje. La mediación se entiende como estrategia de la audiencia desarrollada con acompañamiento docente mediante procesos formativos.

### 8. Consumo cultural / Representaciones sociales en el entorno digital

La emergencia de los estudios culturales y su preocupación por la definición de identidades acoge la idea del consumo como lógica de apropiación de conocimiento y de fijación de prácticas identitarias para emplearla en el estudio de la construcción de identidades en el entorno digital, y asimismo, la forma como los sujetos sociales atribuyen rasgos a fenómenos a partir de las dinámicas de conversación digital. La

mediación se entiende como estrategia de la audiencia a partir de las conversaciones.

### 9. Perfiles profesionales

Se anota en esta área la indagación sobre nuevos perfiles profesionales, así como las nuevas formas de desarrollo de la actividad laboral, en específico, el *community manager* como perfil emergente, y el teletrabajo como dinámica de relación laboral, también emergente. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

### 10. Nuevos enfoques teóricos

En esta área se anotan exploraciones en el repertorio de las teorías disponibles, a la búsqueda de elementos transicionales que permitan incorporar nuevos abordajes y nuevas perspectivas para la construcción de conocimiento sobre los fenómenos de la comunicación digital. En algunos de los trabajos examinados se revisa el alcance de la mediación como noción de frontera.

### 11. Estudios etnográficos-sociológicos de comunidades virtuales

Los estudios de comunidades virtuales revisados, las abordan desde el repertorio de la tradición de los enfoques antropológicos, de la sociología de la cultura y de los estudios culturales, para caracterizar los fenómenos de construcción de comunidad en el entorno digital. La mediación se concibe como estrategia de la audiencia.

### 12. Comunicación pública de la ciencia

Se examina el contenido de divulgación científica disponible en el repertorio diverso de la conversación digital y se le acota como una especificidad de importancia para el campo de estudio que permita calibrar su evolución como compromiso de transformación social. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

### Y MÁS ALLÁ: LA HIPERMEDIACIÓN EN EL COMIENZO DE UNA COMPRENSIÓN COMPLEJA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Lo que pueda trascender a partir de estas anotaciones para un estado del arte de la investigación en mediaciones digitales quizás sea que la normalización de la idea de mediación ancla la ruta de sentido para la construcción de una ruta de investigación transdisciplinaria e interdisciplinaria, que apunta hacia la noción de hipermediación.

En 2008, Carlos Scolari publica su hoy afamado texto *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital*, allí brinda esta definición:

Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. (Scolari, 2008:113-114)

La definición apunta hacia la necesidad de trascender la idea de mediación y su deriva vectorial que parece ir desde aquella concepción introducida en los 70 del siglo XX por Manuel Martín Serrano (1977) que la describe como la acción del productor social de comunicación, hasta la idea de Jesús Martín Barbero, primero, y de Guillermo Orozco, después, de la mediación como estrategia de la audiencia. Trascender esta noción, para concebir, acaso, a la comunicación social como un complejo de procesos hipermediales, donde lo reticular deviene molar, en la idea de Pierre Levy (2004) de la necesidad de un cambio de escala en el análisis de los componentes de los procesos.

En otros textos (Delgado, 2011, 2015) se ha señalado la necesidad de dar cuenta más completa de los fenómenos que involucran lo comunicacional en esto que ya viene conociéndose como un cambio de época. Así se han acotado, entre otras opciones posibles, descentrar la episteme de la comunicación de la sociología, admitir enfoques desde otras disciplinas o transdisciplinas, reconocer tendencias en los estudios y hacer prospectiva de los saberes que, al dar cuenta de la experiencia humana, permitan

encontrar los puntos de fuga por donde, acaso, está por emerger una revolución científica en el campo de estudios de la comunicación social.

Investigar las hipermediaciones es un punto de partida para volver al futuro. Pasa por definir entornos de investigación interdisciplinarios y transdisciplinarios, apostar por una episteme compleja (Delgado y Hernández, 2007) que conciben los procesos de comunicación como una dinámica de múltiples entradas y salidas, a los cuales es menester comprender antes de poderlos explicar.

#### CARLOS DELGADO FLORES

Investigador en el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello donde lleva la línea de investigación sobre Sociedad del Conocimiento y entorno digital. Candidato a Doctor en Historia por esa casa de estudios, magister en Comunicación Social opción comunicación para el desarrollo social, licenciado en comunicación social. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

#### Referencias

- AGUIRRE, J. (1999): "Anagnórisis de una ciencia bastarda". En: PCLA - Volume 1 - número 1: outubro / novembro / dezembro 1999. En línea: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos2.htm> - 59k
- BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, España: G. Gili.
- BAUDRILLARD, J. (1980): *El intercambio simbólico y la muerte*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana. Traducción de Carmen Rada.
- BOURDIEU, P. (1999): *Meditaciones pascalianas*. España: Editorial Anagrama.
- CASTORIADIS, C. (1989): *La institución imaginaria de la sociedad*, Volumen II: el imaginario social y la institución. España: Tusquets.
- De CERTAU, M. (1999): *La invención de lo cotidiano*. México: Editorial de la Universidad Iberoamericana. (2 vol.)
- Del RÍO, O. (2016): *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- DELGADO FLORES, C. (2015): "El periodismo y la profesión al debate (digresiones sobre la crisis)". En: *Encrucijadas de la Comunicación en Venezuela*. Caracas: Fundación Centro Gumilla – BID & Co editores.
- \_\_\_\_\_ (2011): *Antropología de la Comunicación. Abordajes desde el pragmatismo y la ciencia cognitiva*. Editorial Académica Española. <https://www.eae-publishing.com/catalog/details/store/esbook/978-3-659-03182-3antropolog%C3%ADa-de-la-comunicaci%C3%B3n>
- DELGADO-FLORES, C. y HERNÁNDEZ, G. (2007): "Diez propuestas para un episteme de la complejidad en Comunicación". En: *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*. Número 140. Caracas: Centro Gumilla.
- DUCH, LI. (2002): "Antropología de la comunicación". En: revista *Analisi. Cuadernos de comunicación y cultura*. Número 29. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación.
- FOUCAULT, M. (1984): *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- GEERTZ, C. (2005): *La interpretación de las culturas*. España: Gedisa. Serie Cladema, 13ª reimpresión. [Primera edición (1973) *The interpretation of cultures*. Nueva York: Basic Books Inc.]
- ININCO (2018). *Entre líneas - Tomo 2: La Comunicación como Objeto de Investigación*. (Johanna Pérez Daza y Jesús Lovera Torres, editores). Caracas: Universidad Central de Venezuela, Facultad de Humanidades y Educación.
- KUHN, T. (1998): *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- LEVY, P. (2004): *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Organización Mundial de la Salud. Documento en línea, disponible en <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/channel.php?Lang=es&channel=8>
- MARTÍN SERRANO, M. (1977): *La mediación social*. Madrid: Akal.
- MATURANA, H. (1997): *La Objetividad, un argumento para obligar*. Chile: Dolmen.
- OROZCO, G. (1991): "La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias". En: *Comunicación y Sociedad*, 107-128. Documento en línea disponible en [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/10-11\\_1991/107-128.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/10-11_1991/107-128.pdf). Consultado en diciembre 2018.
- PASQUALI, A. (1978): *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana C.A. Colección Estudios.
- SCOLARI, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- TORRICO, E. (2004): *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Colombia: Editorial Norma.
- VERON, E. (1987): *La semiosis social. Elementos para una teoría de la discursividad*. Barcelona: Editorial Gedisa. Colección el mamífero parlante.
- WALLERSTEIN, I. (2013): *Crítica del sistema-mundo capitalista*. México: Editorial Era.
- WEBER, M. (1922): "Economía y sociedad: bosquejo para una sociología comprensiva". En Mardones, J.M. (1991) *Filosofía de las ciencias humanas y sociales*. Barcelona: Editorial Anthropos





“ La Revista SIC, tiene 81 años de continua dedicación al análisis económico, social, político y cultural de la vida venezolana ”

*Alfredo Infante, s.j.  
Director de la Revista SIC*





Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Javier Arcenillas (Luz).

# Mayores restricciones, más escrutinio

MARIENGRACIA CHIRINOS

Un total de 3.198 casos de violaciones a la libertad de expresión ocurrieron en Venezuela entre 2002 y 2018. La memoria de estos hechos ha quedado registrada en las investigaciones emprendidas por organizaciones sociales de Venezuela, que vieron la obligación de aumentar sus capacidades investigativas en la medida que aumentaron los riesgos, las amenazas y las formas cómo se han sofisticado las cortapisas a la expresión y a la información en los diferentes ecosistemas de medios en el país.

**ABSTRACT** *3,198 cases of violations of freedom of expression occurred in Venezuela between 2002 and 2018. The memory of these events has been recorded in the investigations undertaken by social organizations in Venezuela, which saw the obligation to increase their investigative capacities as they increased their risks, threats and the ways in which the limitations to expression and information in the different media ecosystems in the country have been sophisticated.*

Estas líneas se terminan de escribir justo al cierre de los dos meses más cruentos para la libertad de expresión en Venezuela en los últimos dieciséis años. Es 28 de febrero, una fecha que marca el bimestre más rojo y con mayor riesgo. Es 2019, y solo sus dos primeros meses suman 133 casos de restricciones al periodismo libre e independiente y también de cortapisas al derecho de los ciudadanos a estar informados.

Estamos en el comienzo del año, pero no hubo tiempo para dilaciones con respecto a los golpes contra la libertad de expresión. Enero marcó 59 casos y febrero termina con 74, un dato que lo destaca como el mes más oscuro en la historia de la libertad de expresión en Venezuela.

Estos registros bimestrales no tienen precedentes. No tienen punto de comparación ni con los hechos de 2002, cuando se dio un golpe de Estado en contra de Hugo Chávez; tampoco con 2007, el año en que el fallecido presidente se reeligió y dio un paso firme hacia la gestión socialista. No es semejante a 2013, cuando murió Chávez y tomó el poder Nicolás Maduro. Este febrero de 2019 solo supera, por pocos escalones, al periodo de protestas de febrero de 2014, cuando hubo 69 casos.

En esos días de 2014, los periodistas andaban en plena cobertura de hechos violentos en la calle. Abundaban quienes andaban detrás de las noticias, con credenciales de una mayor diversidad de medios tradicionales en mejores condi-

MAYORES RESTRICCIONES,  
MÁS ESCRUTINIO  
MARIENGRACIA CHIRINOS

**Es tiempo de conflictos y de quiebre institucional en Venezuela, un país que, además, se cubre con una prensa reducida a su mínima expresión: solo con cerca de treinta, que es la disminuida oferta de periódicos con la que cuenta todo el país.**

ciones económicas. El riesgo para los periodistas eran las bombas lacrimógenas, los empujones, las agresiones físicas y las amenazas.

Pero los días de 2019 dejan una lista larga de detenciones arbitrarias de periodistas nacionales y extranjeros, deportaciones, decisiones de censura no solo en la radio y en la televisión, sino también en Internet. Llamadas y papeles

que llegan a las oficinas para decidir qué periodistas o canales extranjeros deben retirarse de las parrillas de programación, y también para prohibir que Juan Guaidó sea calificado como presidente de la República en las emisiones informativas y de opinión. Son enviados a un cuarto oscuro y robados los periodistas que luego de lograr una entrevista —concedida bajo los estrictos controles que supone acceder a la voz presi-

dencial— en el Palacio de Gobierno en Miraflores, se atreven a preguntarle a Nicolás Maduro sobre las denuncias de fraude de su último proceso electoral, o lo interrogan sobre la gente que come de la basura en las calles de Caracas. Los periodistas que regresan de Cúcuta luego de cubrir los asuntos de la ayuda humanitaria llegan a distintas ciudades por caminos clandestinos, gobernados por grupos irregulares, que no ven con buenos ojos las cámaras, identificadores de prensa o cualquier insumo que los relacione con

el periodismo o que admitan que se dedican a este oficio.

Es tiempo de conflictos y de quiebre institucional en Venezuela, un país que, además, se cubre con una prensa reducida a su mínima expresión: solo con cerca de treinta, que es la disminuida oferta de periódicos con la que cuenta todo el país. Días en los que los diarios nacionales y locales se convirtieron en una especie en extinción, y el periodismo se reinventa en las plataformas digitales.

Las fragilidades sobre las que se ejerce el periodismo en Venezuela también forman parte de esa historia que se cuenta en medio de tempestades políticas, ante los cuestionamientos que no han cesado en contra del gobierno de Nicolás Maduro y la juramentación de Juan Guaidó como Presidente encargado, a partir del 23 de enero, cuando se oficializó por decisión de la Asamblea Nacional.

El conteo de estos 133 casos de violaciones a la libertad de expresión solo de los primeros 69 días del año, fueron precedidos por los resultados de la *Encuesta de calidad de vida* (Encovi), realizada conjuntamente por varias universidades del país, que dan cuenta del estado de emergencia humanitaria compleja que también marca este tiempo, y colocan a Venezuela en una situación de urgencia y complejidad en materia económica y social.

Según la propia encuesta, es la “radiografía de una crisis”: 51 % de la población vive en

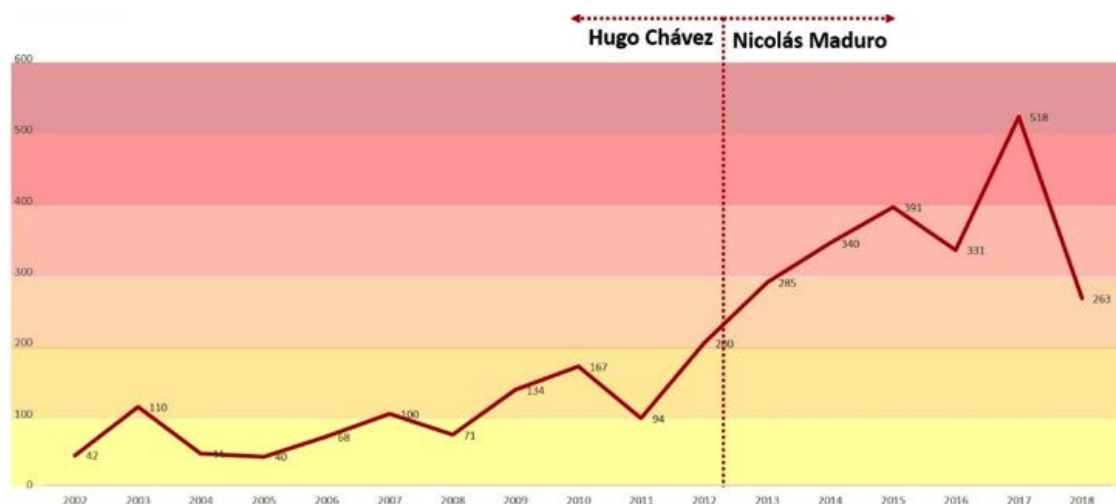
HISTÓRICO DE CASOS  
BIMESTRE ENERO-FEBRERO 2002-2018



Datos: IPYS Venezuela

HISTÓRICO DE CASOS DE VIOLACIONES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN VENEZUELA  
2002-2018

MAYORES RESTRICCIONES,  
MÁS ESCRUTINIO  
MARIENGRACIA CHIRINOS



Datos: IPYS Venezuela y Espacio Público

hogares pobres; 30 % de los niños no va a la escuela y la mitad de los escolarizados no va a clases por falta de comida, agua o fallas en el transporte; 89 % de la población no tiene ingresos suficientes para cubrir las necesidades básicas alimenticias.

En estas condiciones sobrevive también el periodismo, que ha tenido que sortear dieciséis años de ataques incesantes, bajo diversas modalidades, que lo han debilitado. De 2002 a 2018 ocurrieron 3.198 casos de violaciones a la libertad de expresión, según las cuentas que se pueden sacar luego de revisar los registros históricos del Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela y Espacio Público. Los años más difíciles han sido los últimos cinco, que acumulan 67 % del total de los registros, bajo la gestión de Nicolás Maduro.

**ACERVO EN LIBERTAD DE EXPRESIÓN**

Esta historia es posible contarla gracias a los aportes que han realizado organizaciones de la sociedad civil que, en la medida que aumentaron los conflictos para el ejercicio del periodismo y se fueron cerrando las posibilidades de los ciudadanos de estar informados, desarrollaron sus capacidades investigativas en materia de libertad de expresión.

Así lo refleja esta revisión sistemática que se dedicó a compilar lo que había en la producción

de organizaciones no gubernamentales en materia de libertad de expresión. Por esos registros se ha logrado sistematizar y poner en las escalas de valor las veces en que, año tras año, se violaron los principios de libertad, seguridad, garantías legales y jurídicas, pluralidad y diversidad, que sostienen los estándares de libertad de expresión.

Esta memoria, que se construyó desde la sociedad civil, permite interpretar que no cesaron los ataques contra la expresión y la información en esos dieciséis años. Mas bien, fueron en aumento conforme se debilitaron las garantías democráticas. De ello da cuenta la documentación de organizaciones como el Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela, Espacio Público y el Programa Venezolano de Educación Acción (Provea), que a lo largo de estos años han sostenido los esfuerzos investigativos en esta materia, con categorías sólidas y desde la mirada de los estándares de derechos humanos.

Sesenta y cuatro producciones investigativas se pueden contar en el acervo de investigación de las organizaciones no gubernamentales que se dedican a dejar registros en materia de libertad de expresión, acceso a la información, así como

**De 2002 a 2018 ocurrieron 3.198 casos de violaciones a la libertad de expresión, según las cuentas que se pueden sacar luego de revisar los registros históricos del Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela y Espacio Público.**

de las condiciones en las que se ha ejercido el periodismo en los últimos dieciséis años.

Investigaciones en materia de libertad de expresión, en producciones de largo aliento, publicadas por las organizaciones de la sociedad civil, fueron los marcos que le dieron sentido a la búsqueda y a la sistematización que aquí se presenta. Este texto no pretende levantar una lista detallada y absoluta de lo que se ha escrito en este tópico, porque no estuvo bajo su radar la producción jurídica, teórica ni académica, así como tampoco reportes de coyuntura en esta materia. El foco estuvo puesto en investigaciones sostenidas en el tiempo y con rigor metodológico, solamente producidas desde la sociedad civil, con la intención de mostrar cómo ha sido la investigación de la libertad de expresión desde este sector, así como sus prioridades y la manera como han desarrollado sus capacidades para contribuir a preservar la memoria para que quede un registro de lo que pasó con las libertades informativas y de opinión en el país.

#### PRODUCCIÓN INVESTIGATIVA

De la revisión realizada destaca la producción colaborativa, en varios casos multidisciplinaria, y con una intención clara de dejar un registro histórico de lo que ocurrió en el país entre 2002 y 2018. En este sentido hay que destacar la investigación que en materia de libertad de expresión hacen IPYS Venezuela, Espacio Público, Provea,

Mediánalisis, la coalición Proceso y Transparencia Venezuela, en las voces autorizadas, cada una en temas hiperespecializados, en cuanto a las condiciones del derecho a la libertad de expresión, el acceso a la información pública, los derechos digitales, y el retrato del ejercicio del periodismo en Venezuela.

Este análisis permite ver que en la medida en que fueron aumentando las violaciones de la libertad de expresión, también creció el desarrollo de investigaciones que dejan una documentación sólida sobre las restricciones y obstáculos que enfrentan estas libertades. El tiempo de estudio se puede dividir en cuatrienios: 2002-2005; 2006-2009; 2010-2013; 2014-2017; y el último año que fue 2018.

#### 2002-2005

Las publicaciones realizadas reflejan que en el lapso 2002-2005, se dieron los primeros registros con los informes elaborados conjuntamente por IPYS Venezuela y Espacio Público, organizaciones que se formaron y se consolidaron en esos años. Para esa época fue fundamental el aporte de Provea, organización que, desde mediados de los 90, le dedicaba un capítulo a la libertad de expresión dentro de su publicación anual en materia de derechos humanos en Venezuela.

Esos reportes permiten saber que, en ese lapso, toda la producción se dedicó a retratar, en líneas generales, la situación de la libertad de

**Producción investigativa y casos de violación a la libertad de expresión**



expresión, sentando las bases de lo que es la metodología sobre la que se ha sostenido el trabajo de las organizaciones y su monitoreo en esta materia.

Entre 2002 y 2005, ocurrieron 236 casos de violaciones a la libertad de expresión que fueron contadas en ocho informes de estas organizaciones sociales, en las que mayormente hacían una cronología de los hechos y reportaban el comportamiento por victimarios, víctimas, zonas geográficas y tipos de hechos.

Por esos años, las páginas escritas por esas instituciones dan cuenta de las primeras demandas en contra de periodistas y televisoras del país ante el Poder Judicial, la polarización que marcó la cobertura de los sucesos de 2002. Ese registro permite dejar memoria del asesinato de Jorge Tortoza, un reportero gráfico que fue asesinado en los hechos violentos que ocurrieron, en Caracas, el 11 de abril de ese mismo año 2002. En ese y en los años siguientes, prevalecieron las obligaciones oficiales para que las empresas radioeléctricas transmitieran las cadenas oficiales, y también la aplicación de medidas de censura y las amenazas presidenciales de revocar las concesiones a los medios “golpistas”, hasta la discusión, aprobación y la aplicación de lo que se conoció como la *ley mordaza*, que regulaba los contenidos en la radio y la televisión, y continúa vigente.

### 2006- 2009

Fueron diez las publicaciones en materia de libertad de expresión que se hicieron en este lapso, bajo la gestión presidencial de Hugo Chávez. Los registros de las organizaciones de libertad de expresión evidencian un aumento de los casos: 373 incidentes contra la prensa. Continuaban con su labor de registro Provea, IPYS Venezuela y Espacio Público. Este cuatrienio también marcó la independencia editorial que tomaron estas dos organizaciones que, desde entonces, empezaron a realizar cada una sus informes anuales de registro de casos de violaciones a la libertad de expresión, manteniendo los mismos criterios metodológicos.

Este periodo estuvo marcado por, al menos, siete asesinatos de trabajadores del sector perio-

dístico, el encarcelamiento de periodistas por informar u opinar. Ese tiempo quedó marcado en la memoria colectiva por la censura impuesta en la radio y la televisión: el gobierno sacó del aire a *Radio Caracas Televisión*, en 2007, y también cerró 32 emisoras de radio –en simultáneo– en 2009. Estos casos indican que no solo aumentó la cantidad de hechos regresivos, también se sintieron con fuerza los mecanismos de hostigamiento a la libertad de expresión.

### 2010-2013

Entre 2010 y 2013 las violaciones a la libertad de expresión se duplicaron: ocurrieron 746 casos, según los registros de IPYS Venezuela y Espacio Público, que continuaron compilando estos hechos. Este tiempo también obligó a las organizaciones a aumentar sus producciones, por lo que hubo dieciocho reportes en esta materia. Ya no solo sobre la situación de la libertad de expresión, sino que apareció la investigación de temas más especializados como las condiciones del acceso a la información pública, que fueron lideradas por Proceso y Transparencia Venezuela. También se abordaron asuntos sobre la calidad de la cobertura periodística y la diversidad en el manejo de fuentes, y con ellos apareció una nueva línea de trabajo, que marcó el nacimiento de la organización social Mediánalisis. Esta ONG dio sus primeros pasos con el abordaje investigativo sobre la cobertura –en medios impresos– del cambio climático, las condiciones democráticas y la pobreza.

En ese tiempo predominaron los cambios legislativos y el aumento de controles, por la vía de decreto y creación de nuevas instituciones oficiales, para el acceso a la información pública, así como también las demandas y juicios en contra de periodistas, organizaciones civiles y también políticos, por ejercer el derecho a la expresión y a la información, según lo investigaron Espacio Público e IPYS Venezuela. En este lapso Chávez dejó el poder por su enfermedad y posterior fallecimiento y comenzó la sucesión del poder en manos de Nicolás Maduro.

**El año de mayor desarrollo de investigaciones fue 2016, cuando todos estos temas ocuparon la mayor parte de la agenda de estas organizaciones.**

MAYORES RESTRICCIONES,  
MÁS ESCRUTINIO  
MARIENGRACIA CHIRINOS

**La agudeza de las organizaciones también derivó en la aparición de una nueva línea de trabajo dedicada a los asuntos de derechos digitales, que se ha dedicado a registrar las restricciones en Internet.**

## 2014-2017

Entre los años 2014 y 2017, ocurrió más de un caso por día, en promedio, según la base de datos de IPYS Venezuela. En este tiempo ocurrieron 1.580 casos de violaciones a la libertad de expresión que estuvieron relacionados a la exacerbación de la violencia contra los periodistas. No cesaron las medidas de censura y tampoco agresiones durante la cobertura de calle, las demandas por difamación e injuria fueron aplicadas de manera selectiva, pero de forma ejemplarizante. En este tiempo se sintió la caída del sector de medios impresos.

El aumento de casos también llevó a las organizaciones a mejorar sus capacidades investigativas. Las 23 publicaciones, en este tiempo, demostraron que ya no solo continuaban con sus líneas clásicas de libertad de expresión y acceso a la información, sino que empezaron a profundizar en categorías para mirar fenómenos de concentración de medios, censura y autocensura, condiciones laborales y operatividad de los medios, pluralidad de las fuentes informativas y la calidad en la cobertura periodística. El año de mayor desarrollo de investigaciones fue 2016, cuando todos estos temas ocuparon la mayor parte de la agenda de estas instituciones.

La agudeza de las organizaciones también derivó en la aparición de una nueva línea de tra-

bajo dedicada a los asuntos de derechos digitales, que se ha dedicado a registrar las restricciones en Internet. Estos emprendimientos investigativos se produjeron ante la necesidad de comprender qué pasaba ante los cambios de los ecosistemas de medios y el perfeccionamiento de los mecanismos y las complejidades con las que aparecían las cortapisas de la libertad de expresión en los entornos tradicionales y en Internet.

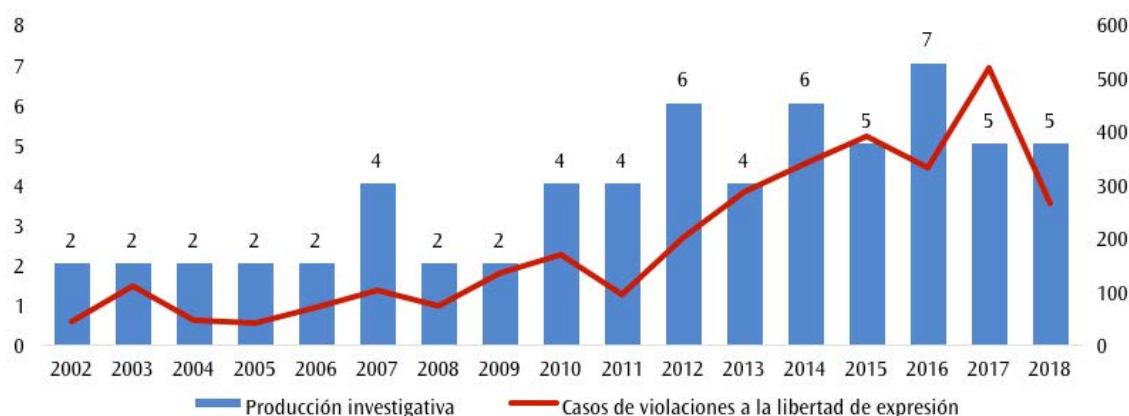
## Balance 2018

Según los datos de IPYS Venezuela, 2018 cerró con 263 casos, un récord menor a los cuatro años anteriores. Aunque en cifras hubo una disminución fue un año devastador para los medios impresos: suspendieron su circulación más de 35 periódicos y once empresas de la prensa cerraron sus puertas definitivamente. Ciudadanos fueron a la cárcel porque el Gobierno calificó sus discursos como “delitos de odio” y, también, se perfeccionaron los mecanismos de censura en Internet.

## CATEGORÍAS DE INVESTIGACIÓN

Pluralidad de fuentes, derechos digitales, censura, autocensura, condiciones laborales, calidad periodística, concentración de medios, operatividad de medios impresos, acceso a la información y propiamente libertad de expresión conforman las categorías de investigación que han construido el acervo de esta materia en el sector de las organizaciones sociales.

BALANCE 2018





Esta producción ha sido sostenida por IPYS Venezuela, Espacio Público, Medianálisis, Proceso, Transparencia Venezuela y Provea. Cada una de ellas ha atendido necesidades investigativas segmentadas, lo cual les ha permitido especializarse en algunos tópicos, a lo largo de los años.

La línea base de investigación la conforma los aportes sobre las condiciones de la libertad de expresión, en la que han sido consecuentes IPYS Venezuela y Espacio Público, desde sus inicios en 2002, junto con Provea, organización que desde los años 90 hasta 2013 dedicó significativos esfuerzos a registrar este tema, como un capítulo más en su informe anual sobre DD.HH. en Venezuela.

La revisión sistemática que se realizó permite ver cómo a partir de 2010 incursionaron en nuevas temáticas, con la aparición de nuevos actores en la investigación, como Proceso, Transparencia Venezuela y Medianálisis. Y es a partir de 2012, cuando aumentó la diversidad de temas, conforme se agravaron las restricciones a la libertad de expresión, el acceso a la información pública y los derechos digitales en Venezuela.

Destaca que estas organizaciones tienen otras áreas de trabajo como lo son la capacitación, la atención legal, el desarrollo legislativo y el litigio de casos ante instancias nacionales y extranjeras, por lo cual no son exclusivamente especialistas en asuntos de investigación.

### ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN

Un factor fundamental en la labor de investigación en esta área tiene que ver con la especialización y la sostenibilidad de los esfuerzos que dedican las organizaciones. Espacio Público e IPYS Venezuela, por sus propias misiones de documentación de casos, tienen un rol protagónico en la investigación de libertad de expresión y le llevan el pulso año tras año a este tema, lo cual las convierte en las referencias más sólidas en esta materia.

Espacio Público suma a su línea de investigación los asuntos de acceso a la información pública y su acercamiento ha sido más desde lo jurídico y desde el análisis legislativo, para ello también se ha unido al trabajo de Proceso y Transparencia Venezuela. Mientras tanto, IPYS Venezuela muestra importantes esfuerzos en la diversificación de sus temas: derechos digitales, censura y autocensura, desinformación, concentración de medios, protección de datos personales. Su accionar también revela que la investigación, sobre todo desde 2013, se ha convertido en un área medular de esta organización que además combina la perspectiva de derechos humanos y el periodismo de investigación.

**Destaca que estas organizaciones tienen otras áreas de trabajo como lo son la capacitación, la atención legal, el desarrollo legislativo y el litigio de casos ante instancias nacionales y extranjeras, por lo cual no son exclusivamente especialistas en asuntos de investigación.**

### CATEGORÍAS DE INVESTIGACIÓN



MAYORES RESTRICCIONES,  
MÁS ESCRUTINIO  
MARIENGRACIA CHIRINOS

Áreas de especialización													
ORGANIZACIONES	Libertad de expresión y derecho a la información	Calidad periodística	Censura y autocensura	Condiciones laborales	Derechos digitales	Inclusión de género	Operatividad de medios impresos	Pluralidad de fuentes informativas	Concentración de medios	Desinformación	Protección de datos personales	Acceso a la información pública	TOTAL
Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela y Espacio Público	4												4
Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	8		4		4				2	1	1		20
Espacio Público	12											1	13
Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	13												13
Mediánálisis		2		3		1	1	4					11
Proceso												3	3
Transparencia Venezuela												1	1
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>64</b>

Mediánálisis es la organización más joven, pero ha sabido consolidarse con enfoques nuevos: asuntos sobre la calidad periodística, operatividad de medios impresos, inclusión de género, condiciones laborales y pluralidad en el manejo de las fuentes informativas.

#### MARIENGRACIA CHIRINOS

Periodista e investigadora, especializada en asuntos de libertad de expresión, acceso a la información, derechos digitales. Cuenta con estudios de postgrado en libertad de expresión, comunicación para el desarrollo y gerencia pública.

Revisión sistemática: producción investigativa en libertad de expresión en Venezuela 2002-2018							
N°	Organización	Año	Título	Periodo de investigación	Tema central	Tipo de investigación	Metodología empleada
1	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela y Espacio Público	2002	Venezuela: situación de la libertad de expresión e información	2002	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
2	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2002	Derecho a la libertad de expresión e información	2001-2002	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
3	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela y Espacio Público	2003	Venezuela: situación de la libertad de expresión e información	2004	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
4	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2003	Derecho a la libertad de expresión e información	2002-2003	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
5	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela y Espacio Público	2004	Venezuela: situación de la libertad de expresión e información	2004	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
6	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2004	Derecho a la libertad de expresión e información	2003-2004	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
7	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela y Espacio Público	2005	Venezuela: situación de la libertad de expresión e información	2004	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
8	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2005	Derecho a la libertad de expresión e información	2004-2005	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
9	Espacio Público	2006	Informe 2006: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2006	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
10	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2006	Derecho a la libertad de expresión e información	2005-2006	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
11	Espacio Público	2007	Informe 2007: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2007	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
12	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2007	Un punto de inflexión: la libertad de prensa en Venezuela 2006-2007	2006-2007	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
13	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2007	Noticias confiscadas: cómo la censura y la autocensura en Venezuela impiden al público conocer lo que tiene que saber	2007	Censura y autocensura	Estudio cuantitativo de percepción	Encuestas directas con periodistas
14	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2007	Derecho a la libertad de expresión e información	2006-2007	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
15	Espacio Público	2008	Informe 2008: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2008	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
16	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2008	Derecho a la libertad de expresión e información	2007-2008	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
17	Espacio Público	2009	Informe 2009: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2009	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
18	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2009	Derecho a la libertad de expresión e información	2008-2009	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
19	Espacio Público	2010	Informe 2010: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2010	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos

MAYORES RESTRICCIONES,  
MÁS ESCRUTINIO  
MARIENGRACIA CHIRINOS

Revisión sistemática: producción investigativa en libertad de expresión en Venezuela 2002-2018							
N°	Organización	Año	Título	Periodo de investigación	Tema central	Tipo de investigación	Metodología empleada
20	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2010	Medios en asfixia	2008-2010	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
21	Medianálisis	2010	El cambio climático: un tema ausente en la prensa venezolana	2010	Pluralidad de fuentes informativas	Análisis de contenidos mediáticos	Análisis de contenidos
22	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2010	Derecho a la libertad de expresión e información	2009-2010	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
23	Espacio Público	2011	Informe 2011: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2011	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
24	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2011	La violencia de calle	2010-2011	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
25	Medianálisis	2011	Contribución de los medios impresos a la democracia en Venezuela	2011	Pluralidad de fuentes informativas	Análisis de contenidos mediáticos	Análisis de contenidos
26	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2011	Derecho a la libertad de expresión e información	2010-2011	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
27	Espacio Público	2012	Informe 2012: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2012	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
28	Medianálisis	2012	Voces de la pobreza: ¿Quién habla de y por los pobres en la prensa venezolana?	2012	Pluralidad de fuentes informativas	Análisis de contenidos mediáticos	Análisis de contenidos
29	Proceso	2012	La salud de Hugo Chávez Frías: información oscura	2012	Acceso a la información pública	Estudio de caso	Análisis legal
30	Proceso	2012	Acceso a la Información Pública en Venezuela	2012	Acceso a la información pública	Estudio de caso	Análisis legal
31	Proceso	2012	Acceso a la Información Pública en Venezuela: Censura, impunidad y opacidad	2001-2012	Acceso a la información pública	Análisis jurídico	Revisión sistemática
32	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2012	Derecho a la libertad de expresión e información	2011-2012	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
33	Espacio Público	2013	Informe 2013: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2013	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
34	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2013	73% de las restricciones informativas fue cometido por el Estado	2013	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
35	Medianálisis	2013	Tratamiento periodístico de las elecciones regionales 2013	2013	Pluralidad de fuentes informativas	Análisis de contenidos mediáticos	Análisis de contenidos
36	Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos	2013	Derecho a la libertad de expresión e información	2013	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
37	Espacio Público	2014	Informe 2014: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2014	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
38	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2014	La desinformación y la opacidad condicionan al periodismo	2014	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos

Revisión sistemática: producción investigativa en libertad de expresión en Venezuela 2002-2018							
N°	Organización	Año	Título	Periodo de investigación	Tema central	Tipo de investigación	Metodología empleada
39	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2014	La orden es el silencio I Estudio 2015: Censura y autocensura en periodistas y medios de comunicación en Venezuela	2014	Censura y autocensura	Estudio cuantitativo de percepción	Encuestas directas con periodistas
40	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2014	Propietarios de la censura	2015	Concentración de medios	Gran reportaje de periodismo de investigación	Periodismo de investigación
41	Medianálisis	2014	La difícil tarea de informar	2014	Operatividad de medios impresos	Consulta de opinión	Cuestionario a representantes de medios
42	Transparencia Venezuela	2014	Es legal pero injusto	2014	Acceso a la información pública	Análisis jurídico	Revisión sistemática
43	Espacio Público	2015	Informe 2015: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2015	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
44	Espacio Público	2015	Situación del Acceso a la Información Pública en Venezuela 2014	2014-2015	Acceso a la información pública	Estudio de casos	Análisis de contenidos
45	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2015	Abusos de poder silenciaron denuncias ciudadanas	2015	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
46	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2015	Periodismo en arenas movedizas I Estudio 2015: Censura y autocensura en periodistas y medios de comunicación en Venezuela	2015	Censura y autocensura	Estudio cuantitativo de percepción	Encuestas directas con periodistas
47	Medianálisis	2015	Situación del periodismo en Venezuela	2015	Condiciones laborales	Encuesta a periodistas	Cuestionario a periodistas
48	Espacio Público	2016	Informe 2016: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2016	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos
49	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2016	Periodismo en estado de excepción I Índice IPYSve de libertades periodísticas	2016	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos y encuesta de percepción
50	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2016	Navegar con libertad	2015-2016	Derechos digitales	Investigación exploratoria	Evidencias técnicas sobre los bloqueos en Internet
51	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2016	Un minuto de silencio Estudio 2015: Censura y autocensura en periodistas y medios de comunicación en Venezuela	2016	Censura y autocensura	Estudio cuantitativo de percepción	Encuestas directas con periodistas
52	Medianálisis	2016	Situación del periodismo en Venezuela	2016	Condiciones laborales	Encuesta a periodistas	Cuestionario a periodistas
53	Medianálisis	2016	Proyecto de Monitoreo Global de Medios	2016	Inclusión de género	Análisis de contenidos mediáticos	Análisis de contenidos
54	Medianálisis	2016	Ranking de Medios Socialmente Responsables en Calidad Periodística 2016	2016	Calidad periodística	Análisis de contenidos mediáticos	Análisis de contenidos
55	Espacio Público	2017	Informe 2017: Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela	2017	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos

Revisión sistemática: producción investigativa en libertad de expresión en Venezuela 2002-2018							
N°	Organización	Año	Título	Periodo de investigación	Tema central	Tipo de investigación	Metodología empleada
56	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2017	Control remoto I Índice de libertades periodísticas	2017	Libertad de expresión y derecho a la información	Informe anual	Monitoreo de casos y encuesta de percepción
57	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2017	Internet con la bota puesta	2017	Derechos digitales	Informe anual	Monitoreo de casos
58	Medianálisis	2017	Ranking de Medios Socialmente Responsables en Calidad Periodística 2017	2017	Calidad periodística	Análisis de contenidos mediáticos	Análisis de contenidos
59	Medianálisis	2017	Situación del periodismo en Venezuela	2017	Condiciones laborales	Encuesta a periodistas	Cuestionario a periodistas
60	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2018	Intercortados: bloqueos selectivos en Venezuela	2018	Derechos digitales	Investigación exploratoria	Evidencias técnicas sobre los bloqueos en Internet
61	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2018	Navegación a la mínima expresión	2018	Derechos digitales	Investigación exploratoria	Monitoreo de las condiciones de la navegación en Internet en Venezuela
62	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2018	Emisoras en velo	2018	Concentración de medios	Reportaje de periodismo de investigación	Periodismo de investigación
63	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2018	Expedientes falsos	2018	Desinformación	Análisis de contenidos mediáticos	Análisis de contenidos
64	Instituto Prensa y Sociedad de Venezuela	2018	Tu voto es secreto, tus datos no	2018	Protección de datos personales	Reportaje de periodismo de investigación	Periodismo de investigación

# El periodismo venezolano frente a la posverdad bolivariana

El viernes 14 de diciembre salió por última vez en Venezuela la edición impresa del periódico *El Nacional*. De ahora en adelante, ese medio de comunicación solo estará disponible en Internet. Se trata de un diario que tiene 75 años y que es considerado una institución en el ejercicio y la formación de periodistas. Es una referencia ineludible a la hora de entender las noticias y el debate público en el país. Su paso a la edición en línea no es una elección sino una condena. En lo que va del año, otros treinta diarios ya dejaron de circular; diez de ellos tuvieron que cerrar de manera definitiva.

Todo es parte de la misma guerra que desde hace años ha desarrollado el gobierno de Venezuela en contra de la información. El chavismo no soporta la transparencia.

Desde que Nicolás Maduro asumió la presidencia en 2013, comenzó a establecerse un claro patrón oficial para el control de la información. En una extraña movida, dos de los principales diarios del país fueron comprados por grupos económicos no identificados que, de forma inmediata, pusieron su línea editorial al servicio del Gobierno. De la misma manera, el Estado consolidó su monopolio en la importación de papel periódico e insumos para las empresas gráficas. Así se fue asfixiando al periodismo impreso independiente. Hoy hay un 70 por ciento menos de periódicos que hace cinco años. Los diarios que se mantienen, se publican y se distribuyen, solo se dedican a la comunicación corporativa: permanecen en el marco de la información inofensiva y del aparato de propaganda gubernamental.

Llama la atención la insistencia con que el chavismo contabiliza y clasifica las informaciones. Esta

semana, en un encuentro con representantes de la prensa, Nicolás Maduro denunció que “se han editado más de 4.142 noticias negativas” sobre Venezuela, como si esa suma no fuera la expresión de un país en conflicto, lleno de problemas, sino la demostración irrefutable de la existencia de una descomunal conspiración en su contra. Maduro cree que lo que ocurre no se impone, que no importa que la realidad sea evidente. Piensa que el periodismo siempre puede ordenar y decidir qué puede o debe ser o no ser una noticia.

Martín Caparrós ha dicho que la posverdad es una palabra nueva para hablar de esa antigüedad que conocemos como la mentira. Es cierto. Pero quizás la novedad lexical solo desea precisar mejor la naturaleza de un proceso político cada vez más común: se miente desde la obviedad de la mentira. Se propone el engaño como una invitación explícita a desdeñar



Foto: Miguel Gutiérrez/Epa-EFE via Rex

Aún en la máquina de rotativas, la última edición impresa del periódico *El Nacional*.

los hechos objetivos, a confiar más en la velocidad de la plataforma que en la profundidad de los datos. La posverdad solo puede existir descalificando de manera permanente al periodismo.

En la brevísima pero muy costosa visita que Nicolás Maduro hizo a México a principios de este mes, estaba previsto un “acto de masas” en solidaridad con el gobierno venezolano. El mandatario se

fue pero sus ministros Jorge Arreaza y Ernesto Villegas se quedaron un día más para participar junto a representantes de varios sindicatos mexicanos en el evento. También estuvieron presentes algunos padres de los jóvenes desaparecidos de Ayotzinapa. Maduro apareció en un video grabado, dando un mensaje a los trabajadores de México. Habló de la solidaridad y del amor, criticó la “derecha malinche”, saludó y celebró a la “clase obrera”. Pero no mencionó a Rubén González, un dirigente sindical venezolano detenido, precisamente en esos mismos días, por la policía política de su gobierno.

Tampoco habló de los nueve trabajadores de la ferrominera estatal, igualmente detenidos por protestar y exigir mejoras salariales, enjuiciados por un tribunal militar y llevados a prisión, acusados de traición a la patria. En lo alto del podio destacaba una gran pancarta: “Clase obrera mexicana con Venezuela”.

En el mismo acto, el canciller Arreaza abrazó a algunos familiares de los estudiantes de Ayotzinapa y destacó el “privilegio” de poder realizar ese gesto mientras sentenciaba con certeza que “habrá justicia”. Lo que no dijo el canciller Arreaza es que, en Venezuela, el gobierno que él representa ha desarrollado un operativo policial y militar—la Operación de Liberación del Pueblo— que, solamente entre 2015 y 2017, asesinó de forma extrajudicial a más de quinientas personas. Según la investigación periodística y el trabajo de organizaciones de derechos humanos, en los últimos quince años en Venezuela se han producido diez masacres realizadas por agentes del orden público. Lo que no dijo es que, en Venezuela,

en casos como estos, su gobierno se empeña en que no haya justicia.

Los ejemplos sobran. La corrupción oficial, el ecididio en el Amazonas, la liquidación de la vida democrática... La posverdad supone un ejercicio político, público y deliberado, del cinismo. No solo necesita repetir cien veces una mentira, también requiere dotarla de sentimentalismo, afectivarla. Se trata de convertir la ignorancia en una virtud; de promover la idea de que la verdad es un acto sensible, de que la realidad solo es un flujo en las redes. Por eso no tolera la información, el periodismo que investiga, que busca y que interpreta, que no se siente satisfecho con una única versión de lo que ocurre.

Después de 75 años en su edición de papel, ahora *El Nacional* se suma a la lista de medios exclusivamente digitales que intentan informar dentro del país. Paradójicamente, sobre todo para quienes asocian de manera irremediable la posverdad a las nuevas plataformas y a las redes sociales, desde hace años estos medios independientes, desde Internet, son la única alternativa que existe para saber qué ocurre realmente en Venezuela. Son muchos y variados: *Efecto Cocuyo*, *Armando.Info*, *El Pitazo*, *Espacio Público*, *Crónica Uno*, *La vida de nos*, *el Instituto Prensa y Sociedad Venezuela (IPYS)*, *Runrunes*, *Prodavinci*, *TalCual*, *Correo del Caroní*, *La Patilla*... Solo en estos espacios es donde puede encontrarse información confiable. Por eso es imprescindible promoverlos, apoyarlos, destacarlos. Son la única referencia que tenemos; la mejor interlocución, tanto para los venezolanos como para la comunidad internacional, a la hora de enfrentar esa fábrica de posverdad llamada pomposamente “la Revolución bolivariana”.

#### ALBERTO BARRERA TYSZKA

Venezolano. Escritor y colaborador regular de *The New York Times* en español. Su novela más reciente es *Mujeres que matan*.

**Nota:** crónica publicada originalmente en la edición digital del *New York Times* en español, el 16 de diciembre de 2018.

**Según la investigación periodística y el trabajo de organizaciones de derechos humanos, en los últimos quince años en Venezuela se han producido diez masacres realizadas por agentes del orden público. Lo que no dijo es que, en Venezuela, en casos como estos, su gobierno se empeña en que no haya justicia.**





**EDICIÓN  
ANIVERSARIA  
Nº 800**

## El Centro Gumilla y el viraje en la acción social de los jesuitas

“ El paso generacional de los  
directores ha marcado  
estratégicamente al Centro Gumilla”.



*Por Jesús María Aguirre, S.J.  
Director del Centro Gumilla 2010-2013 y miembro  
del Consejo de Redacción de SIC.*

## Novedades editoriales



(...) los cristianos  
necesitamos reflexionar  
estos temas, tan acuciantes  
y tan necesitados de  
esclarecimiento, desde  
nuestra fe cristiana.  
Lo que tratamos es de dar  
materia para esta reflexión,  
en todo caso imprescindible.

**Pedro Trigo, S.J.**

PEDRO TRIGO, S.J.

### **La enseñanza social de la Iglesia**

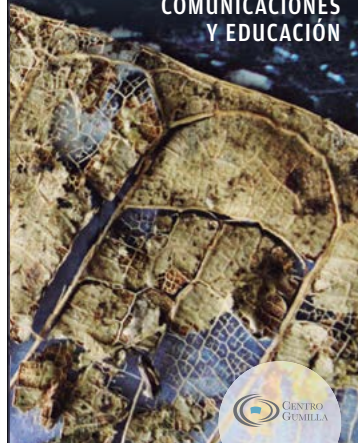
Alternativa superadora de la situación



[www.gumilla.org](http://www.gumilla.org)

JESÚS MARÍA AGUIRRE, SJ

### *Comprender la Sociedad Red:* **COMUNICACIONES Y EDUCACIÓN**



Y en esta Sociedad  
Red, también llamada  
del Conocimiento, la  
competencia cultural por  
el desarrollo de la mejor  
enciclopedia sobre el saber  
universal no es sino la punta  
del iceberg de la lucha por  
el dominio mundial de la  
inteligencia colectiva en la  
fase de globalización.

**Jesús María Aguirre, S.J.**



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Neil Aldridge.

# Trayectos de la comunicación alternativa –Investigación y praxis–

JOHANNA PÉREZ DAZA

**El artículo revisa la comunicación alternativa y lo alternativo en comunicación desde la investigación y la praxis social, para lo cual se delinearán algunos aspectos fundamentales que permiten conocer su desarrollo desde un marco general, sin desatender las particularidades del ámbito venezolano.**

**ABSTRACT** *This article reviews the alternative communication from the investigation and social praxis. For that, there's some important aspects which let us know its development from a general framework, without disattending the particular Venezuelan environment.*

**R**evisamos la comunicación alternativa y lo alternativo en comunicación desde la investigación y la praxis social, para lo cual se delinearán algunos aspectos fundamentales que permiten conocer su desarrollo desde un marco general, sin desatender las particularidades del ámbito venezolano. El texto se estructura en dos partes, en la primera se hace un recuento de las líneas de investigación y grupos de trabajo que han abordado este tema desde las instituciones académicas. Un segundo segmento presenta experiencias concretas que parten del recuento histórico hasta casos más recientes en los que se evidencian aproximaciones al modelo alternativo de comunicación.

## INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN

La comunicación alternativa puede entenderse desde la participación ciudadana, el derecho a la comunicación, el acceso, lo dialógico, el diseño de una agenda alterna y la búsqueda de diversidad de contenidos, así como por su oposición a lo dominante y las relaciones sociales y la acción política que genera como expresión de las minorías y lo popular, desde la dimensión comunitaria y la atención a las comunidades. En esta amplia caracterización interactúan la teoría y la praxis de manera que, mientras se concretan e implementan experiencias comunicacionales, se suscitan aproximaciones reflexivas y estudios que buscan su comprensión y conceptualización. Así, la investigación funge de bisagra, per-

mitiendo articular y sistematizar prácticas asociadas a las necesidades informativas alternas. Esto ha permitido que, progresivamente, esta área de estudio sea considerada en el campo académico e institucional, no solo desde los autores que lo fundamentan, sino también desde espacios de reflexión y formación como asignaturas electivas y seminarios de pre y postgrado (UCAB, UCSR, UCV, ULA, URBE, LUZ, entre otras universidades), líneas de investigación, secciones y grupos de trabajo, tanto a nivel nacional como internacional. (Ver tabla 1)

Creemos oportuno mencionar los autores que, en diversos momentos y desde diferentes perspectivas, se han ocupado de la comunicación alternativa de manera que puedan orientar próximos estudios a partir de los referentes teóricos y antecedentes regionales y nacionales. A riesgo de hacer omisiones involuntarias, destacan en Latinoamérica los aportes de Paulo Freire, Mario Kaplún, José Ignacio López Vigil, Rosa María Alfaro, así como de venezolanos

que trascendieron con su obra los límites geográficos, como Antonio Pasquali y Oswaldo Capriles. En el perímetro nacional otros autores –oriundos o asentados en Venezuela– han hecho importantes contribuciones que, en oportunidades, combinaron la reflexión teórica y la docencia, entre estos se encuentran: José Ignacio Rey, Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal, José Martínez Terrero, Tulio Hernández, María Fernanda Madriz, Raisa Urribarrí, entre otros, que desde la acción social suman a este elenco.

Cabe acotar que, complementariamente, se ha establecido una estrecha relación entre los investigadores dedicados a la comunicación alternativa y quienes se centran en la educación para los medios y la educomunicación, ya que ambas líneas se cruzan, pues como apunta Rey:

Siempre se dijo que la comunicación alternativa suponía y/o propiciaba, en paralelo, una educación alternativa. Hoy es más necesario que nunca recordarlo. Una transformación a fondo de la sociedad

**TABLA 1**  
COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN EL ÁMBITO ACADÉMICO E INSTITUCIONAL

Ámbito	Institución	Línea de Investigación (LI) Grupo de trabajo (GT) o Sección (S)
<b>Nacional</b>	Instituto de Investigaciones de Comunicación (Ininco) de la UCV.	LI: alternativas comunicacionales: investigación y praxis social. GT: comunicación, arte y sociedad. <a href="http://www.ucv.ve/ininco">http://www.ucv.ve/ininco</a>
	Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CICI) de LUZ.	LI: comunicación, cultura y sociedad. <a href="https://goo.gl/6zZSnu">https://goo.gl/6zZSnu</a>
	Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (Invecom)	GT 4: comunicación, comunidad y participación. <a href="http://invecom.org/grupos-de-trabajo">http://invecom.org/grupos-de-trabajo</a>
	Centro Gumilla y revista <i>Comunicación</i>	Comunicación alternativa <a href="http://comunicacion.gumilla.org/">http://comunicacion.gumilla.org/</a>
<b>Regional</b>	Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic)	GT 8: comunicación popular, comunitaria y ciudadanía. GT 12: comunicación para el cambio social <a href="https://www.alaic.org/site/grupos-de-trabalho/">https://www.alaic.org/site/grupos-de-trabalho/</a>
<b>Mundial</b>	Asociación Internacional para la Investigación en Medios y Comunicación (IAMCR-AIECS-Aieri)	S: comunicación comunitaria y medios alternativos. GT: S: cultura popular. S: comunicación rural <a href="https://iamcr.org/s-wg">https://iamcr.org/s-wg</a>

Fuente: elaboración propia.

es imposible al margen del sistema educativo [...] Educación y comunicación son sólo dos facetas de una misma virtualidad de crecimiento humano. (2015: 46-47).

Los procesos –formales e informales– de enseñanza y aprendizaje son, pues, una de las vías más expeditas para la implementación de este modelo comunicacional alternativo a los sistemas dominantes. Seguidamente nos detendremos en algunas experiencias donde lo alternativo se ha implementado como respuesta a determinados escenarios sociopolíticos y demandas comunicacionales de la ciudadanía, combinando episodios históricos con eventos de mayor proximidad.

**PRAXIS Y APLICACIÓN**

Las prácticas asociadas a la comunicación alternativa abarcan experiencias variopintas que suponen, en algunos casos, el envío y la circulación de mensajes clandestinos o, cuando menos, alternos a los canales convencionales por lo general vinculados al poder instituido y ejercido. El recuento histórico permite identificar manifestaciones que emergieron en contextos de conflicto y tensión política cronológicamente distantes del sistema mediático contemporáneo y los medios impresos, radioeléctricos y digitales. La revisión de algunos acontecimientos amplifica el abanico de estas opciones intencionalmente diferenciadas de las prácticas comunicacionales establecidas, mostrando recorridos adaptados a cada contexto y de acuerdo a las necesidades existentes, asumiendo que de esas, justamente, surgen posibilidades que muestran los diversos modos de implementar procesos y estrategias que respondan a los intereses de comunidades, grupos y colectivos. A fin de conocer estos trayectos, proponemos ‘tres estaciones’ que delinean la comunicación alternativa.

**ESTACIÓN I**

En un somero recorrido encontramos multiplicidad de métodos, formatos y alcances de las prácticas comunicacionales alternativas, de las cuales nos detendremos, brevemente, en algunas que combinan datos históricos, códigos particu-

lares y relatos populares vinculados a la libertad, la independencia y la revolución, respectivamente:

1. Las mujeres esclavas tejieron en sus cabezas rutas y caminos que sirvieron a los afrodescendientes a forjar su libertad. Mediante elaboradas trenzas dejaban en estos peinados mensajes sobre ubicaciones y lugares que marcarían periplos de huida. En el artículo “Mapa de fuga y otros secretos afro” (2004) publicado por la Universidad Nacional de Colombia, su autora Nelly Mendivelso explica que:

La cabeza y el pelo son un tablero en donde se escribe la identidad. Lo hicieron las abuelas para planear la fuga de las haciendas y casas de sus amos. Las mujeres se reunían en el patio para peinar a las más pequeñas, y gracias a la observación del monte, diseñaban en su cabeza un mapa lleno de caminitos y salidas de escape, en el que ubicaban los montes, ríos y árboles más altos. Los hombres al verlas sabían cuáles rutas tomar. Su código desconocido para los amos le permitía a los esclavizados huir<sup>1</sup>.

Las esclavas tejieron la libertad a través de estos elaborados peinados devenidos en formas alternas de enviar un mensaje, este fue el caso de comunidades y caseríos como el de San Basilio de Palenque en Colombia, declarado Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad por ser el primer pueblo libre de la América colonial. Al referirse a la actuación de las mujeres en este proceso, el escritor José Alberto Mojica Patiño señala:

Como ellas no estaban tan vigiladas –narra Emilia–, podían husmear por los caminos que recorría el amo. Divisaban el paisaje, los ríos, las montañas y las tropas del ejército español. Y en su pelo tejían lo que veían, a través de mapas de huida en marañas trenzadas, delimitando los senderos transitados. De esta manera los esclavos, liderados por Benkos, planearon la fuga, armados de lo que sería una brújula peluda<sup>2</sup>.

**Los procesos –formales e informales– de enseñanza y aprendizaje son, pues, una de las vías más expeditas para la implementación de este modelo comunicacional alternativo a los sistemas dominantes.**

Más allá de lo colorido que resulta este dato, la transmisión de información por vías que suponen creatividad, inventiva y escasos –o inexistentes– recursos es una de las características de la comunicación alternativa, la cual echa mano de lo que está a su alcance para hacer circular mensajes que confrontan y desafían al poder.

2. En el estado Nueva Esparta, en Venezuela, al visitar el Castillo San Carlos de Borromeo de Pampatar se puede conocer la historia de Luisa Cáceres de Arismendi quien estuvo recluida en este lugar. En el pequeño espacio en el cual estuvo retenida, recibía las visitas de una mujer que trabajaba con ella y entre ambas se ingeniaron la forma de comunicarse sin que sus voces trascendieran los muros. Colocadas cada una en una esquina podían hablar inclinando su frente al tabique, consiguiendo intercambiar recados entre susurros que la acústica trasladaba sin ser percibidos al otro lado de la pared. De esta manera, Luisa Cáceres conocía las novedades de la gesta independentista al tiempo que comunicaba las condiciones de su reclusión, las ideas y reflexiones que desde allí germinaban.
3. Durante la revolución mexicana las llamadas ‘mujeres de casa’ se reunían bajo el pretexto de rezar el rosario y aprovechaban los rápidos murmullos para compartir mensajes políticos camuflados de oraciones que permitieron apoyar la lucha y transmitir informaciones que de otro modo ellas no habrían conocido, pues su rol estaba confinado a la tareas domésticas separadas de la agitada vida pública y el ejercicio político<sup>3</sup>.

Estos tres casos protagonizados por mujeres muestran, además, que desde este sector –con frecuencia minimizado y relegado– se han activado procesos comunicacionales alternos que aprovechan y revierten lo que, en principio, pueden ser condiciones desfavorables y opacadas. Muestran las posibilidades de oponerse al orden instaurado y retarlo con métodos poco convencionales, o al menos poco explorados, tal y como suponen algunas prácticas propias de la comunicación alternativa.

## ESTACIÓN II

La segunda estación de este recorrido abarca experiencias comunicacionales relacionadas a los movimientos sociales, entendidos como:

... acciones colectivas con alta participación de base que utilizan canales no institucionalizados y que, al mismo tiempo que van elaborando sus demandas, van encontrando formas de acción para expresarlas y se van constituyendo en sujetos colectivos, es decir, reconociéndose como grupo o categoría social. (Jelin, 1996: 18).

Acá encontramos prácticas tan remotas como los mensajes que a modo de subterfugio compartían los comerciantes que transitaban pueblos y ciudades, llevando informaciones de un lugar a otro. También los códigos que se valían de luces de bengala, silbidos y otros sonidos para, desde las montañas o sitios recónditos, hacer llegar un mensaje que solo podría ser descifrado por quienes manejaran las mismas claves de comunicación.

De modo más abierto, en la década de los años 70 sucedieron otros episodios en comunidades populares de varios países latinoamericanos que utilizaron grafitis, periódicos murales, video foros, perifoneo (utilizando megáfonos y altoparlantes), fanzines, teatro de calle, expresiones artísticas callejeras o arte urbano, entre otros, vinculados a minorías, grupos comunitarios y movimientos *underground*<sup>4</sup> o contraculturales.

Recientemente en Venezuela han surgido iniciativas que buscan contrarrestar el vacío comunicacional, las presiones y el cierre de medios de comunicación, la censura y la autocensura, a fin de llegar directamente a los ciudadanos, ofrecerles información de interés y llamar la atención sobre temas de impacto en la dinámica nacional. En algunos casos estas experiencias están acompañadas de acciones ciudadanas y de protesta pacífica. Funcionan a través de campañas de recaudación de fondos, contribuciones de sus participantes y beneficiarios, así como financiación colectiva o micromecenazgo (*crowdfunding*).

**Algunas de estas son:**

■ *Bus TV* (@elbusTV), un noticiero a bordo de busetas o en paradas de autobuses que nació en 2017 en medio de fuertes protestas antigubernamentales y “en un contexto severo de censura comunicacional en medios impresos, radiales, audiovisuales y hasta digitales”, indican en sus redes sociales. La iniciativa surgió en Caracas y se extendió al interior del país, especialmente en las zonas populares. Reúne a periodistas y estudiantes de comunicación, quienes explican que:

Detrás de un marco de cartón que imita a una televisión informamos sin intermediarios a una audiencia con poco o ningún acceso a medios independientes o Internet. El Bus TV es un noticiero dentro de los autobuses venezolanos en el que hacemos periodismo *offline*, hiperlocal y de servicio. No esperamos a que la audiencia llegue a nosotros, vamos a donde ella está<sup>5</sup>.

■ *Dale Letra* (@Dale\_Letra). En su cuenta en Twitter se autodefinen como “Civiles en protesta pacífica. Ciudadanos por la recuperación de la palabra. Cada individuo aporta su signo para la construcción de una voz colectiva”. En la acción, cada individuo toma una letra y entre todos conforman palabras y frases que a modo de protesta hacen visible un mensaje que deja ver la unión colectiva y organización ciudadana.

■ *Servicio de Información Pública SeIP*<sup>6</sup> (@infopublicavzla). Se trata de un micro noticiero en una nota de voz que recopila “información independiente, verificada y en tiempo real sobre lo que sucede hoy en Venezuela”, con la particularidad de transmitir sus audios a través de grupos de WhatsApp y redes sociales. En el equipo participan periodistas y expertos en materia comunicacional. Al igual que las propuestas anteriores, surge en el marco de las protestas contra el gobierno de Nicolás Maduro del año 2017, debido a la desinformación, el escaso acceso a la información de calidad y la proliferación de rumores y contenidos engañosos.

■ En la misma sintonía, encontramos a las *Piloneras*<sup>7</sup> (@piloneras) que en pequeños grupos y al ritmo de la música popular corean y repiten frases que fácilmente pueden ser repetidas e ir sumando más voces con mensajes por la democracia, la paz, la convivencia, la solidaridad o incluso como protesta, bajo la autodefinición de ser una “tradición venezolana para cantar el país que queremos”. Utilizan el cuatro y panderetas de elaboración artesanal y, en ocasiones, incorporan otras acciones como lavar la bandera nacional o elaborar tejidos mientras entonan sus cantos.

■ *Billete Alzao* (@BilleteAlzao) se añade a este conjunto de experiencias, identificándose como “ciudadanos en favor de la protesta creativa”. En este caso, los participantes sostienen billetes de baja denominación y grupalmente hacen asociaciones que permiten dimensionar la crisis hiperinflacionaria del país. Así, por ejemplo, se escriben y entregan mensajes en billetes para mostrar la devaluación de la moneda y el precario poder adquisitivo del bolívar; o se puede ver –y dimensionar en metros y extensión– cuántos bolívares equivalen a un dólar.

■ *Periódico Efecto Cocuyo*. Los medios impresos se han visto particularmente afectados por la crisis económica y las presiones políticas al punto que periódicos y revistas de larga data han dejado de circular a causa de la falta de papel. Ante esto, el portal *Efecto Cocuyo* (autodenominado como un medio independiente venezolano) ha desarrollado un periódico digital en formato PDF con la intención de que los lectores lo descarguen, compartan, impriman, fotocopien y ayuden a su distribución. En este sentido, resulta interesante el abordaje de lo alternativo desde los modos de circulación de la información en contextos hostiles para la libertad de prensa.

■ *Laboratorio Ciudadano de No Violencia Activa*. Iniciativas como las antes mencio-

**@Dale\_Letra: En la acción, cada individuo toma una letra y entre todos conforman palabras y frases que a modo de protesta hacen visible un mensaje que deja ver la unión colectiva y organización ciudadana.**

nadas se reúnen y organizan creando redes de trabajo y colaboración, practicando la fórmula de que el todo es mayor que la suma de las partes. Con esta orientación, nace el *Laboratorio Ciudadano de No violencia Activa* (antes llamado *Laboratorio de Protesta No Violenta*), cuyos miembros

... se plantearon que el foco estaría en unir la reflexión abierta y profunda con la experimentación directa, inmediata, sobre el asfalto de las calles, donde la oleada de represión cobraba cada vez más víctimas. Las iniciativas Dale Letra, Las Piloneras, Canta El Pueblo, Santa Barrera y Poesía en Resistencia, se habían formado antes del laboratorio, por cuenta propia, y fueron un motor e inspiración para otras ideas que fueron coordinando, tomando impulso y ganando difusión, como son los casos de El Bus TV, Billete Alzao, Venezuela se Levanta<sup>8</sup>.

Resulta interesante en este caso que su surgimiento se da a partir de las protestas del año 2017 pero busca ir más allá y permanecer en el tiempo asumiendo la participación ciudadana y la sinergia entre los actores sociales, por lo que tienden puentes entre ideas y personas desde proyectos colectivos capaces de perdurar en el tiempo y no solo en momentos de tensión política. En este sentido, la comunicación funciona como un eje transversal que potencia el alcance e impacto de estas propuestas, permitiendo llegar a más personas y circular por otras veredas.

- El *señor del papagayo*. Desde la dimensión individual también se suscitan iniciativas que se insertan en el ámbito colectivo. Así, encontramos al *señor del papagayo*, como popularmente se conoce a Rafael Araujo<sup>9</sup>, un activista que desde 2005 recorre las calles con una cometa en la que escribe mensajes sobre la realidad nacional. En 2015 sumaba más de 6 mil piezas realizadas. Las breves frases colocadas en estos papagayos logran llamar la atención de transeúntes y manifestantes, quienes fotografían y propagan por las redes sociales estos mensajes, dándoles otro canal de difusión, haciendo de este ciudadano un personaje emblemático de las protestas contra el Gobierno<sup>10</sup>.

Su ingenio ha transformado un emblema universal de la infancia en una herramienta de protesta y reflexión. Rafael Araujo suele recorrer Caracas con la voz sediciosa de su papagayo. Es mejor que una pancarta, dice. La pancarta alcanza dos, tres metros. Un papagayo logra 30 metros de altura, o más, porque se eleva a través de las redes sociales y llega al resto del país. El papagayo refulge en mitad de la masa. Los colores son vistosos. Tarda un día en hacerlo. Suele conservar la misma estructura, hasta que aguante. Lo demás es ingenio, calle y tenacidad.<sup>11</sup> (Leonardo Padrón)

El recorrido por esta estación permite constatar la articulación entre iniciativas ciudadanas ligadas a la acción de calle y la protesta creativa, redifundidas a través de redes sociales y entornos digitales, estableciéndose de este modo un círculo virtuoso en el que las Tecnologías de la Información y la Comunicación coadyuvan a la amplificación de los mensajes permitiendo su divulgación por otras plataformas que también se relacionan con los postulados de la comunicación alternativa, especialmente en situaciones de conflictividad y asedio a los medios tradicionales.

Esta simbiosis combina: 1.- propuestas de acción ciudadana, muchas veces de acabado artesanal, escasos recursos y estética propia –diferenciada de los estándares de los medios comerciales–, 2.- las posibilidades comunicacionales que ofrece la tecnología actual mediante la creación de blogs, comunidades en línea y el activismo digital o ciber activismo, que agrega dinamismo al tratamiento de temas relegados y, en consecuencia, la conformación de una agenda alterna que, a su vez, ensancha el marco de acción de los movimientos sociales y proyectos de la sociedad civil, de modo que tengan mayor incidencia en la opinión pública y en los sectores específicos o comunidades a los que interesa llegar.

A esto se añaden boletines informativos, podcast, campañas en redes sociales, cápsulas audiovisuales para (Youtube, Vimeo y sitios similares), galerías fotográficas, así como otras experiencias que nacen, se desarrollan y diversifican exclusivamente en el mundo digital, como respuesta a las prácticas asfixiantes que cortan la



libertad de expresión, o como una opción a la oferta predominante de medios públicos y privados que desatienden las políticas públicas en materia comunicacional y los lineamientos de servicio público, obedeciendo a sus intereses mientras se relegan las necesidades de sus audiencias.

**ESTACIÓN III**

Esta tercera estación se detiene en los medios radioeléctricos comunitarios, los cuales han tenido un importante crecimiento en las últimas dos décadas. Nos referimos a radios y televisoras que producen contenidos locales de corte comunitario, con un alcance geográfico limi-

tado y que, en el caso venezolano, presentan las características que se especifican en la tabla 2.

Ahora bien, algunos de estos postulados contradicen la esencia de la comunicación alternativa y la naturaleza de estos medios que, en la práctica, han tenido fuertes vínculos con el aparato gubernamental, contaminando su independencia y vocación. Pese a su reconocimiento como parte del sistema mediático, las concesiones y el apoyo recibido –especialmente después del 11 de abril de 2002– los medios comunitarios no han logrado penetrar efectivamente en las preferencias de las audiencias venezolanas, tal y como se desprende del *Informe de consumo cultural en Venezuela* (2010), realizado por la Universidad Católica Andrés Bello.

**TABLA 2**  
MEDIOS RADIOELÉCTRICOS COMUNITARIOS EN VENEZUELA  
(DE ACUERDO AL REGLAMENTO DE RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA COMUNITARIA DE SERVICIO PÚBLICO, SIN FINES DE LUCRO, DEL AÑO 2002)

CATEGORÍA	CARACTERÍSTICA	ARTÍCULOS
<b>Propiedad</b>	Colectiva, bajo la figura legal de fundación	3, 16 y 21
<b>Alcance y cobertura</b>	Local, máximo un municipio.	6
<b>Programación</b>	Un mínimo de 70 % de su programación diaria debe estar destinada a la transmisión de producciones propias.	28
<b>Contenidos</b>	De corte educativo, cultural e informativo, en beneficio de la comunidad, con la participación de sus miembros y en el marco de la comunicación libre y plural, absteniéndose de transmitir mensajes partidistas o proselitistas de cualquier naturaleza.	26 y 29
<b>Financiamiento</b>	Entes del Estado como: Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MIPPCI). Autogestión, donaciones, publicidad local y patrocinio.	30 y 31

Fuente: elaboración propia.

**TABLA 3**  
CANTIDAD DE MEDIOS COMUNITARIOS EN VENEZUELA SEGÚN FUENTES OFICIALES

Año	Fuente	Nº de medios comunitarios
2001	Ministerio de Información y la Comunicación (MinCI)	60
2008	Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)	280
2013	Agencia Venezolana de Noticias (AVN)	Más de 500 <sup>12</sup>
2013	Sistema Bolivariano de Comunicación e Información (SIBCI)	Más de 1000 <sup>13</sup>

Fuente: elaboración propia.

El estudio, basado en 1.203 encuestas, se centró en los hábitos de exposición de los medios y, en cuanto a los medios comunitarios, resaltó la poca aceptación que estos tienen entre la población, considerando incluso que en algunas comunidades las personas desconocen la existencia de los mismos.

El informe arrojó que para el período 2008-2009: “Apenas 2 % de los encuestados ve las televisoras comunitarias a diario; 12 %, ocasionalmente, y 73 %, nunca; mientras, dos tercios de los radioescuchas nunca ha oído una radio comunitaria, y 69 % de los entrevistados nunca ha leído un periódico comunitario” (Bisbal y Pasquale, 2010).

**A pesar de sus potencialidades, la comunicación alternativa sigue dejando retos y áreas que atender.**

Lejos de cambiar, a esta situación hay que añadir la opacidad de la información en cuanto al número de emisoras de radios y televisoras comunitarias habilitadas, la cual no ha sido actualizada y presenta contradicciones entre las fuentes oficiales consultadas. (Ver tabla 3)

A la par, no existe data verificable sobre el estatus actual de estos medios. Algunos están inactivos, otros han cerrado, y otros transmiten solo en versión en línea. La participación ciudadana ha sido otro de los grandes espejismos asociados a la puesta en práctica de este modelo, al menos en el caso venezolano donde no ha habido un rol activo de las audiencias, desde una visión integral que asuma el desafío de incorporarlas a los distintos momentos y fases del proceso, logrando productos y servicios comunitarios colaborativos, representativos y democratizadores. En consecuencia, para que haya participación, debe haber identificación, apropiación y aceptación por parte de las audiencias. Esto sigue siendo una tarea pendiente.

### **NUEVAS RUTAS. REFLEXIONES FINALES**

Los trayectos recorridos han permitido explorar rutas alternativas, salidas creativas y experiencias colectivas, en oportunidades promovidas por personas sin experiencia pero con iniciativa e inventiva, otras veces por periodistas y personas especializadas en medios y comunicaciones. En ambos casos, por ciudadanos que buscan atender las necesidades e intereses de las

comunidades, despolitizando la participación ciudadana, fortaleciendo la iniciativa emisora y la función dialógica, generando contenidos propios con los recursos disponibles.

Desde la investigación, la comunicación alternativa ha transitado discusiones en torno a su conceptualización y particularidades, esbozando un itinerario en el que destacan los formatos, las agendas alternas, la aceptación y penetración en las audiencias. Desde la praxis, sobresalen experiencias diversas, ajustadas a las necesidades y contextos en estrecha vinculación con procesos políticos y movimientos sociales. En este sentido, la comunicación alternativa se presenta como una opción ante los medios gubernamentales y comerciales, por lo que sus principios se orientan a la búsqueda de “otra” comunicación, que parta de las iniciativas de las comunidades, de sus acabados estéticos y modos de expresión, respetando la diversidad y la pluralidad, atendiendo las historias locales y propiciando la lectura crítica del acontecer, ya que desde su concepción en este modelo: “Se trataba de buscar estructuras comunicacionales que potenciaran la capacidad crítica y activamente emisora de todos los ciudadanos.” (Rey, 2015: 45)

A pesar de sus potencialidades, la comunicación alternativa sigue dejando retos y áreas que atender. Su incursión y avance desde la dimensión tecnológica ha mostrado importantes pasos que, sin embargo, son insuficientes si se considera la brecha digital, las presiones y controles por parte del Gobierno, y la concentración en las ciudades, desatendiendo zonas rurales donde la penetración de Internet y el uso de redes sociales sigue siendo escaso. Pese a esto, los entornos digitales han sido terreno fértil para el florecimiento de iniciativas de comunicación alternativa que van complementándose con otras experiencias de calle basadas en el contacto directo y la participación ciudadana.

La sistematización y estudio de las experiencias de comunicación alternativa permiten subrayar su alcance y abren campos de investigación en los que interactúan la reflexión y los hechos. En consecuencia, las nuevas rutas por transitar deben conjugar teoría y práctica, de acuerdo a las demandas existentes y los medios disponi-

bles. Ajustar, retomar y revisar los principios de la comunicación alternativa permitirá la adaptación del modelo a los cambiantes escenarios sociopolíticos, en los cuales se requieren propuestas diferentes y diferenciadas de la oferta de los sectores de poder, sean estos privados o gubernamentales.

**JOHANNA PÉREZ DAZA**

Doctora en Ciencias Sociales, magíster en Relaciones Internacionales. Periodista y curadora independiente. Investigadora y profesora universitaria.

**Referencias**

BISBAL, M. y PASQUALE, N. (2010): *Informe de consumo cultural en Venezuela*. Universidad Católica Andrés Bello.

CORRALES, F. y HERNÁNDEZ, G. (noviembre-enero, 2009): “La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación”. En: *Razón y Palabra*, vol. 14, núm. 70. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

JELIN, E. (1996): “Otros silencios, otras voces: el tiempo de la democratización en Argentina”.

MENDIVELSO, N. (2004): “Mapa de fuga y otros secretos afro”. En: *UNP* No.67, Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: <http://historico.unperiodico.unal.edu.co/ediciones/67/08.htm>

REY, J. (2015): “Comunicación alternativa. Apuntes para una agenda”. En: *Anuario Ininco. Investigaciones de la Comunicación* Vol. 27 Disponible en: [http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev\\_ai/issue/view/1350/showToc](http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ai/issue/view/1350/showToc)

**Notas:**

1 Disponible en: <http://historico.unperiodico.unal.edu.co/ediciones/67/08.htm> Consultado el 12/08/2017

2 Además, complementa el autor, las mujeres diversificaron los usos de los trenzados: “En sus cabellos enredados, las esclavas escondían pepitas de oro que lograban escarbar en su trabajo en la minería durante la Colonia. También escondieron en su capilaridad semillas que después sembraron en el que sería su pueblo, garantizando de esa forma la seguridad alimentaria para la comunidad”. Ver: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10180608> Consultado el 12/08/2017

3 Para ampliar, se sugiere consultar el artículo “La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación” de Fernanda Corrales García e Hilda Gabriela Hernández Flores. En: *Razón y Palabra* 70.

4 *Underground* (subterráneo en español) es un término de origen inglés con el que se designa a los movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios, o ajenos a la cultura oficial (o sea a la cultura principal, en inglés el mainstream). Ver: [https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_underground](https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_underground) Consultado el 21/11/2018

5 Ver: <https://www.indiegogo.com/projects/montate-en-el-bus-tv#/> Consultado el 10/01/2019

6 Ver: <http://www.producto.com.ve/pro/especiales/servicio-informacion-p-blica-noticiero-whatsapp> y <http://efectocuyo.com/principales/con-whatsapp-y-un-noticierorodante-periodistas-brindan-alternativas-de-informacion-en-venezuela/> Consultados el 19/01/2019

7 Ver: <http://www.venezuelaaldia.com/2018/04/25/las-piloneras-mujeres-que-cantan-a-venezuela-con-esperanza-de-futuro/> y <http://contrapunto.com/noticia/mas-de-300-metros-de-inquietudes-ciudadanas-se-extendieron-en-chacaito-211857/> Consultados el 19/01/2019

8 Ver: Un laboratorio de ciudadanía que mantiene la protesta pacífica <http://elpitazo.info/opinion/eso-esta-bueno-un-laboratorio-de-ciudadania-que-mantiene-la-protesta-pacifica/> Consultado el 10/01/2019

9 Cuenta con una entrada en Wikipedia sobre su biografía y eventos relevantes relacionados con su activismo. Ver: [https://es.wikipedia.org/wiki/Rafael\\_Araujo\\_\(activista\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Rafael_Araujo_(activista)) Consultado el 12/01/2019

10 Le presentamos la historia del “Señor del Papagayo”. <https://www.panorama.com.ve/politicaeconomia/Le-presentamos-la-historia-del-Senor-del-Papagayo-20170501-0019.html> Consultado el 12/01/2019

Rafael Araujo quiere ser recordado como el “señor del papagayo” <https://www.analitica.com/actualidad/actualidad-nacional/rafael-araujo-quiere-ser-recordado-como-el-senor-del-papagayo/> Consultado el 12/01/2019

11 El hombre del papagayo. [http://www.el-nacional.com/noticias/opinion/hombre-del-papagayo\\_53247](http://www.el-nacional.com/noticias/opinion/hombre-del-papagayo_53247) Consultado el 12/01/2019

12 Más de 500 medios comunitarios entregarán documento ante la AN para respaldar Habilitante (AVN, Publicado el 22/10/2013) Disponible en: <http://www.avn.info.ve/contenido/m%C3%A1s-500-medioscomunitarios-entregar%C3%A1n-documento-ante-para-respaldar-habilitante> Consultado el 25/10/2016 (Destacado nuestro).

-Representantes de medios comunitarios llegan a la AN para blindar la Habilitante (ANTV, Publicado el 22/10/2013) Disponible en: <http://www.antv.gob.ve/m8/noticiam8.asp?id=54659> Consultado el 25/10/2016

13 Medios comunitarios entregaron ante la AN documento en respaldo a Ley Habilitante (SIBCI, Publicado el 22/10/2013) Disponible en: <http://www.sibci.gob.ve/2013/10/medios-comunitarios-entregaron-ante-la-an-documento-en-respaldo-a-ley-habilitante/> En esta nota se lee textualmente: “más de 1000 medios comunitarios están sumados a la lucha contra la corrupción, la maldad y la injusticia”. Consultado el 25/10/2016 (Destacado nuestro).



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Luca Locatelli (National Geographic).

# Comunicación organizacional en un *clic*

HUMBERTO JAIMES Q.

El ensayo nos ofrece un panorama sobre lo que ha sido el desarrollo y la investigación de la comunicación organizacional en nuestro país. Nos habla de dos momentos. Un primer momento que estuvo marcado por un creciente entusiasmo y que dio lugar no solo a trabajos y títulos atractivos, sino al auge de esta especialidad comunicacional tanto en los estudios de pregrado como en postgrado. Pero hay un segundo momento que tiene que ver con la situación-país: “En la medida que comenzó a agudizarse el horizonte económico, esta especialidad profesional vio reducidas su ruta de crecimiento, sus posibilidades de ofrecer obras de nuevo cuño y renovadoras, de hecho, algunos especialistas optaron por hacer maletas y sumarse a la nutrida *diáspora* venezolana”.

**ABSTRACT** *The essay offers an overview of what has been the development and research of organizational communication in our country. It refers two moments; the first moment marked by a growing enthusiasm that led not only to attractive jobs and titles, but to the boom of this communication specialty in both undergraduate and postgraduate studies. But there is a second moment that has to do with the country's situation: “As the economic horizon began to worsen, this professional specialty saw its growth path and its possibilities of offering new and renovating jobs reduced, in fact, some specialists chose to pack and join the large Venezuelan diaspora”.*

Dentro del amplio espectro de la comunicación social, la rama organizacional sigue contando con menos prestigio y tradición editorial que el periodismo, la publicidad, el mercadeo y la creación audiovisual, áreas con las cuales comparte puntos de coincidencia, similitudes, diferencias y fragmentos donde llegan a solaparse.

En los lustros pasados, la producción de títulos por parte de reconocidos autores parecía

reflejar un creciente entusiasmo en esta área de la comunicación dedicada a empresas, instituciones y otro tipo de organizaciones. Italo Pizzolante, Agrivalca Canelón, Max Römer, Víctor Guedez, Sandra Orjuela, dieron a conocer obras de su puño y letra sobre un terreno que entre marchas y contramarchas del país, no abandonaba su esperanza de alcanzar el despegue definitivo, al tiempo que demandaba una literatura especializada, elaborada por autores venezo-

lanos atentos tanto al escenario global como al complejo ambiente local.

Pero en la medida que comenzó a agudizarse el horizonte económico, esta especialidad profesional vio reducidas su ruta de crecimiento, sus posibilidades de ofrecer obras de nuevo cuño y renovadoras, de hecho, algunos especialistas optaron por hacer maletas y sumarse a la nutrida *diáspora* venezolana.

Es un hecho que el panorama editorial de la Comunicación Organizacional en Venezuela, luce discreto en cuanto a publicaciones de calidad. Haciendo la excepción de autores como los ya citados, quienes a menudo optaron por formatos electrónicos y publicar en el exterior, fueron pocas las obras que vieron luz en el país, pero, además, tales creaciones no se propusieron plantear hallazgos significativos,

novedosos, mucho menos profundidad y rigurosidad, se inclinaron más por la recopilación de apuntes sobre “buenas prácticas”, como de hecho ha sido la tradición en este sector profesional marcado por el carácter instrumental, operativo y procedimental<sup>1</sup>.

El primer factor que marcó la producción editorial en el área, es la crisis económica, un problema que venía gestándose una década atrás. En 2017, por ejemplo, la revista *Debates IESA* (edición de julio-diciembre) ya advertía acerca de “estrategias para la supervivencia” en el sector privado, y unos meses más tarde (enero-marzo de 2018) asumió que ya estábamos ante una “catástrofe económica”, la cual obligaba a las organizaciones a amoldarse a circunstancias inéditas.

La “catástrofe” arrastró los consabidos incrementos en los costos de papel, tinta, y puso en jaque a las imprentas. Es cierto que contadas compañías privadas lograron sobrevivir a la tempestad de manera momentánea, pero sus prioridades siempre fueron temas históricos, políticos, económicos, los cuales tuvieron sonoro éxito, caso distinto de Comunicación Organizacional, un área que casi luce huérfana dada la ausencia de rotativas que la aúpen.

## LO QUE SE VENÍA HACIENDO

Los pocos libros publicados se acercan más al criterio de manuales de “buenas prácticas” que a obras de profundidad, de sólido rigor académico; son creaciones que constituyen más bien compilaciones de apuntes y notas que a pesar de su utilidad no siempre se apoyan en la formulación y comprobación científica de hipótesis, teorías, aunque permiten al lector orientarse en su desempeño diario.

En esta línea de “buenas prácticas” se inscribe *Comunicaciones corporativas* (2009), de Dilcia Cañizales<sup>2</sup> así como *Comunicación persuasiva. 50 propuestas para impactar a las audiencias de manera eficaz* (2011)<sup>3</sup>, de Álvaro Benavides La Grecca. Sin embargo, no alcanzaron la notoriedad que sí gozó, por ejemplo, *El poder de la comunicación estratégica. Apuntes de un evangelizador corporativo* (2006)<sup>4</sup>, de Italo Pizzolante, obra que se convirtió en una suerte de *bestseller* local y sigue siendo objeto de consulta por profesionales del área.

Un caso que llama la atención y que ilustra lo acontecido en el panorama editorial, es el texto de Orlando Utrera: *Periodismo institucional. Adecuación de técnicas*. Originalmente publicado en 2006, cuando fue laureada con el Premio Nacional de Periodismo, fue reeditado en 2013 tras tener un relativo éxito en ventas. Decimos que llama la atención porque aunque en sus páginas el autor asoma consideraciones conceptuales y teorías que sirven de soporte al corpus, sin embargo con las transformaciones experimentadas en la Comunicación Organizacional en los últimos tiempos, su propuesta de “Periodismo Institucional” lució extemporánea. En los años setenta del siglo veinte era factible hablar de “Periodismo Institucional”, no así en nuestro tiempo<sup>5</sup>.

El problema de fondo (no superado del todo) es que el periodismo no abarca todas las responsabilidades que tiene en la actualidad un comunicador en las organizaciones. Elaborar boletines, establecer relaciones con la prensa y realizar monitoreo de medios, son solo una parte del asunto. El enfoque cambió y de manera drástica. El comunicador debe trazar estrategias que trascienden la difusión o procesamiento de información, abordar el diseño y la evaluación de

**El problema de fondo (no superado del todo) es que el periodismo no abarca todas las responsabilidades que tiene en la actualidad un comunicador en las organizaciones.**

procesos, participar en la conducción de las empresas como directivo, de hecho, sus competencias apuntan a otras prioridades: debe tener conocimientos de gerencia, liderazgo, diseño de procesos y organizaciones, consultoría, finanzas, vocería, análisis de entorno, comunicación en crisis, entre otras materias. En otras palabras: no es un reportero.

Otros títulos aparecidos en el mercado se vinculan más con la gerencia general y administración en las organizaciones, y tratan la comunicación como parte de los procesos o herramientas que debe gestionar un gerente, que es el planteamiento de Marcos Marín Marcano en *Los 7 factores del éxito gerencial* (2011)<sup>6</sup>. Esta es una tendencia de cierta data en el campo de la administración y gerencia de empresas, incluso en programas de formación, pero que en cierto modo sigue arrojando la visión que hay sobre la comunicación organizacional: un ente subordinado, sin personalidad propia.

Al lado de estos títulos encontramos obras de mayor rigurosidad y elaboración, como es el caso del libro *Venezuela CMYK-Marcas* (2012) de José José Villamizar<sup>7</sup>. Es una creación valiosa, fruto de un minucioso esfuerzo investigativo, orientada más al diseño gráfico y la marca, aunque es de gran apoyo para el comunicador de empresas e instituciones. Su autor realiza una profunda revisión de la historia de las marcas en Venezuela, al mismo tiempo que se propone precisar conceptos en torno al diseño gráfico vinculados a la identidad visual de entes que durante varias décadas fueron una referencia por su desempeño, su imagen y alta reputación, o cuyos logotipos, símbolos y emblemas alcanzaron fama.

En sus páginas el autor asume que la investigación “significó explorar aquellos espacios nunca estudiados para así ampliar la visión parcial que hasta ahora hemos tenido sobre el tema de la marca y las particularidades de su desarrollo histórico en nuestro país”<sup>8</sup>. También denuncia la falta de basamentos teóricos en la materia, las “reiteradas confusiones conceptuales”, y va más allá: busca orientar y mejorar la educación<sup>9</sup>, es decir, la formación de especialistas en el área.

Víctor Guedez nos dejó una obra vasta en 2014: *La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implantación, desarrollo y evaluación*<sup>10</sup>. Recoge un conjunto de artículos sobre Responsabilidad Social en diferentes empresas e instituciones, casos de estudio, y dedica una parte a la comunicación, con textos de Rocío Guijarro S. y Xiomara Y. Zambrano (*Comunicación y empresarialidad socialmente responsable*), Pablo Rincón Torres (*El amor existe entre la comunicación y la RSE*) y Wilmer Solano (*Transmedia: cultura pendiente*). Este es un aspecto de las empresas que sí ha tenido eco en el sector editorial, gracias al respaldo de importantes asociaciones empresariales, caso de Venancham, que no por casualidad todos los años pauta jornadas y eventos dirigidos a compartir y actualizar el estado del arte.

En 2016, Carlos Alarico Gómez y Josué D. Fernández Alvarado publicaron *Evanescencia de la imagen corporativa. Estrategias comunicativas de hoy*<sup>11</sup>. Se trata de un libro que tiene como antecedente *La gerencia de la imagen*, tema recurrente en la obra de Gómez<sup>12</sup>, considerado uno de los pioneros en esta área. El texto se propone orientar a los comunicadores acerca de cómo proyectar, mantener o rescatar la imagen de una empresa, “la posibilidad de volver a empezar cuando va caducando la admiración, credibilidad y confianza que se tuvo en algo o alguien”<sup>13</sup>. Es una obra que transita entre el manual de “buenas prácticas” y la investigación académica, y que confirma la persistencia de la gestión de imagen como prioridad para los comunicadores, las empresas y como tema editorial, lo que contrasta con el surgimiento de otras miradas y realidades en el escenario mundial.

En libro anterior editado por la UCAB, diversos autores plantearon dilemas que siguen siendo motivo de preocupación tanto en la opinión pública como en las organizaciones: *Ética en los medios de comunicación* (2012). Dentro de los trabajos allí expuestos, Isaac Nahón-Serfaty ofreció un interesante análisis: “Comunica-

**Otros títulos aparecidos en el mercado se vinculan más con la gerencia general y administración en las organizaciones, y tratan la comunicación como parte de los procesos o herramientas que debe gestionar un gerente (...)**

**El mercado venezolano también ha sido afectado por la ausencia de editoriales internacionales de prestigio, que habiendo estado en el país durante décadas, se retiraron en la medida que la “catástrofe económica” hizo de las suyas.**

ción, responsabilidad, y transparencia: nuevos escenarios, viejos retos para una ética institucional” (2012)<sup>14</sup>. En efecto, el autor examina los retos que tienen las instituciones ante un escenario como el venezolano, caracterizado por su modernidad incompleta, la omnipresencia del autoritarismo, la desconfianza de ciertos públicos ante la comunicación y la transparencia

de las instituciones. Nahón-Serfaty escribe: “La brecha entre las prescripciones institucionales y las realidades cotidianas en un país como Venezuela hace que la promoción de una comunicación institucional más transparente y responsable sea solo una aspiración ingenua”<sup>15</sup>.

Como hemos dicho, en líneas generales la producción editorial en Comunicación Organizacional ha sido escasa en los últimos años.

Autores y editores a menudo tienen que hacer un esfuerzo titánico con patrocinio privado para lograr sus metas, cuando más bien debería ser algo automático, natural, incluso por el propio interés de las empresas e instituciones en respaldar aquellas iniciativas dirigidas a examinar el estado del arte en un área que les compete de manera directa.

Para Sandra Orjuela, doctora en Comunicación (Universidad de Málaga) son varias las razones que explican el problema:

Las editoriales en Venezuela que manejan el tema de comunicación son muy pocas, y además el tema organizacional no es de su interés, su prioridad se la dan a periodismo, teorías de la comunicación y audiovisual, quizá en los últimos años al tema digital, pero siempre queda la Comunicación Organizacional en último lugar. Ni las editoriales comerciales, ni las universitarias tienen interés porque quizá no es rentable y con el tema del papel desde años atrás, han tenido que quedarse con lo que más se vende. Caso contrario, lo que encontramos en Argentina, México o España donde la producción en comunicación es mucho más amplia<sup>16</sup>.

Por otra parte, Orjuela explica que:

Muchas de las investigaciones académicas en Venezuela están divorciadas de la realidad social y

empresarial, con lo cual para una editorial no es atractivo, y sobre todo en un país como Venezuela, donde el lector busca la respuesta a su problema diario, sin mayor fundamento teórico. Y no es una situación sólo de Venezuela, sino de toda Latinoamérica en diversa medida. Se necesitan tocar temas innovadores, diferentes, que puedan mostrar un enfoque diferente<sup>17</sup>.

Sobre este tema, Yasmín Trak, directora de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB, ofrece su visión:

La escasa publicación de títulos en el área es el reflejo de la orientación que la Comunicación Organizacional tiene en Venezuela: se le considera un aspecto más de la gerencia y no una rama de la comunicación social en su acepción estratégica. En Venezuela aún se sigue pensando que la comunicación social abarca únicamente el ámbito noticioso y el publicitario<sup>18</sup>.

Agrega, además, que:

El mercado editorial, consciente de la necesidad de vender sus productos, apuesta por temáticas más conocidas de la comunicación social (libertad de expresión, periodismo, publicidad), que si bien es cierto son fundamentales para contribuir con el desarrollo de la disciplina, siguen alimentando una visión limitada del fenómeno comunicacional excluyendo a la Comunicación Corporativa<sup>19</sup>.

El mercado venezolano también ha sido afectado por la ausencia de editoriales internacionales de prestigio, que habiendo estado en el país durante décadas, se retiraron en la medida que la “catástrofe económica” hizo de las suyas. De estas casas provenían obras relevantes generadas por consagrados autores españoles, estadounidenses, mexicanos y de otras latitudes. Nos referimos a editorial Mc Graw Hill, Norma, Paidós, Trillas, y un largo etcétera. Los textos de Joan Costa, considerado uno de los gurúes del área, años atrás podían adquirirse en Venezuela, al menos en Caracas, lo mismo que los de Justo Villafañe. Ahora es distinto. El interesado debe ingeniárselas a través de Amazon, tal vez adquirir ejemplares de segunda mano, o una versión electrónica gratuita (PDF).

En cuanto a autores venezolanos, hay que calibrar el nivel de actualización y profundidad



en la materia, al considerar no solo el aislamiento parcial que ha sufrido el mercado editorial nacional, sino la propia realidad del país, las empresas, la investigación académica, las universidades y la literatura especializada. Que *El poder de la comunicación estratégica* (2006) siga siendo una obra de consulta, podría explicarse no solo (o no tanto) por la vigencia de sus planteamientos, sino por la dificultad de acceder a otros autores (venezolanos y de otras latitudes). También se relaciona con la fuga de talento que emigró en aras de mejorar su calidad de vida y su desarrollo profesional.

Es lo acontecido con Agrivalca Canelón, una de las investigadoras venezolanas que más prometía. Ahora funge como directora de la maestría en Comunicación Estratégica en Universidad de La Sabana (Colombia). También está el caso de Sandra Orjuela, ex coordinadora académica del CIAP-UCAB, ahora establecida en el país vecino, donde tiene sede su agencia de consultoría. Mientras que Max Römer tiene ya varios años ejerciendo en España (Universidad Camilo José Cela) y Pizzolante desarrolla su carrera como asesor en varios países iberoamericanos. Otros autores de renombre, como Víctor Guedez, durante varios años impartieron clases en universidades de Europa, América Latina y afortunadamente continúan su labor investigativa y docente en Venezuela.

### LA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA

El mercado editorial depende de las variables económicas de un país pero también se relaciona con la disponibilidad de autores, investigadores e instituciones con capacidad de abordar de manera periódica y sistemática la producción de obras. Curiosamente la investigación en Comunicación Organizacional en Venezuela no ha parado, aunque sigue siendo baja respecto a otros países, y muchos de sus trabajos se encuentran en formatos electrónicos, en artículos científicos de revistas especializadas y en capítulos de libros publicados por instituciones o sellos editoriales del exterior.

Canelón, por ejemplo, sigue siendo una de las investigadoras más proliferas. Uno de sus últimos textos respecto a Venezuela es: “La comunicación digital de las empresas venezolanas: aná-

lisis de la información sobre Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad” (2017)<sup>20</sup>. Ya antes había publicado: “El legado del periodismo industrial a la comunicación organizacional en Venezuela” (2014)<sup>21</sup>. Ello, por no hacer referencia al libro *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela* (2015)<sup>22</sup>, que recoge un capítulo de su creación en asociación con Sandra Orjuela, en el cual hace una importante revisión de esta área profesional: “La Comunicación de las organizaciones en Venezuela. Itinerario de una década” (2015).

En los últimos tiempos, las publicaciones especializadas en investigación del área que tratamos presentaron pocos artículos y trabajos en comparación con otras. Esto se explica por la prioridad dada a temas vinculados con la compleja situación política y económica del país, la censura a la prensa, la persecución a periodistas, la instauración de la hegemonía comunicacional, tópicos que generaron mayor atención y preocupación en la opinión pública.

La revista *Quórum Académico* de la Universidad del Zulia, dio a conocer una sola publicación. Tal es el caso del artículo “Identidad y alteridad en la comunicación organizacional” (2015), de Lizyllen Fernández Nava y María Cristina Useche. Se trata de una ponencia presentada previamente en el Congreso de Invecom ese mismo año<sup>23</sup>. Si bien la comunicación en las organizaciones busca alinear el comportamiento, la identidad, y las diferencias entre las personas, el tema de la alteridad ofrece una perspectiva a considerar. Sus autoras concluyen: “El reconocimiento de la identidad individual, para lograr un equilibrio entre las relaciones con los otros, hace surgir la alteridad como una nueva visión organizacional para que desde las empresas se pueda construir una sociedad sustentada en valores, respeto y tolerancia”<sup>24</sup>.

El *Anuario Ininco* dedicó un importante texto a la historia y análisis de la comunicación en empresas e instituciones, en las manos de Canelón: “25 años de la comunicación organizacional en Venezuela: una agenda en retrospec-

**Si bien la comunicación en las organizaciones busca alinear el comportamiento, la identidad, y las diferencias entre las personas, el tema de la alteridad ofrece una perspectiva a considerar.**

**En los tres congresos que realizó Invecom, entre 2013 y 2017, la línea “Gestión de la Comunicación en la Organización: identidad e imagen corporativa”, es la que más ponencias registró, con un total de 29.**

tiva” (2013)<sup>25</sup>. Este escrito es uno de los pocos textos académicos, o el único quizá, que realiza una revisión del tema por espacio de tanto tiempo, y con la rigurosidad que el tema amerita. En este sentido, es un abreboca a una publicación de mayor aliento que aún está pendiente, que pueda equipararse con obras que, por ejemplo, han reconstruido la historia del periodismo, del cine, la publicidad y otras áreas profesionales en Venezuela.

Sería una manera, también, de darle mayor realce a la comunicación en organizaciones, y posicionarla frente a otras especialidades, como de hecho ha logrado hacerlo una agencia como ARS, que en 2013 publicó *ARS Publicidad 75* (2013)<sup>26</sup>, obra hilvanada con motivo de los 75 años de existencia de esta empresa.

Hay que recordar que la agencia fundada en 1938, es pionera del ramo en Venezuela, y desde sus inicios asumió las relaciones públicas, la publicidad y otras responsabilidades que hoy, por cierto, se vinculan con el campo de acción del comunicador corporativo. En lo que toca al periodismo, sabemos que es un terreno con numerosos estudios historiográficos, lo cual se explica porque es una profesión con más años rodando en el devenir y es reconocida por la sociedad.

La revista *Temas de Comunicación* de la UCAB publicó un artículo de Blas Fernández: “Lugares comunes. La comunicación para el desarrollo desde las organizaciones socialmente responsables”<sup>27</sup>. El autor propuso una reflexión:

... sobre el papel que actualmente desempeñan las organizaciones, su responsabilidad social y la comunicación para el desarrollo, relaciones que se muestran como lugares comunes a través de un estudio de opinión a 167 personas (hombres y mujeres), de edades comprendidas entre 18 y 80 años, residentes de la ciudad de Caracas y zonas aledañas, sobre las siguientes variables de investigación: conocimiento del concepto de responsabilidad social, cumplimiento, comportamiento, ranking positivo y negativo, motivos de acciones, exigencias y los ciudadanos en la responsabilidad social.

La revista *Eco Digital* que edita la Universidad Monteávila, entre 2010 y 2013, ofreció a los lectores artículos e investigaciones (tesis) que constituirían una “vitrina” del trabajo que venían haciendo tanto los profesores como los alumnos en los programas de especialización de esta casa de estudios, en Comunicación Organizacional. Luego interrumpió su labor debido a las dificultades para encontrar autores dispuestos a escribir.

Por su parte, la revista *Comunicación* del Centro Gumilla, continuó publicando artículos, investigaciones y ensayos sobre temas vinculados a la comunicación en las organizaciones, con textos de diversos autores, entre ellos Blas Fernández (2014)<sup>28</sup>, especialista en Responsabilidad Social y Comunicación para el Desarrollo. Esta publicación siempre ha mantenido un creciente interés en el área, recordemos un número anterior dedicado a los “Retos organizacionales” (2010)<sup>29</sup>, en el cual participaron destacados autores.

### ES LA PRIMERA OPCIÓN

Dentro de este panorama, es necesario hablar de Invecom (Investigadores Venezolanos de la Comunicación), una asociación que agrupa a profesionales que cada dos años presentan sus respectivas ponencias en los respectivos congresos para ofrecer una mirada actualizada del sector.

En los tres congresos que realizó Invecom, entre 2013 y 2017, la línea “Gestión de la Comunicación en la Organización: identidad e imagen corporativa”, es la que más ponencias registró, con un total de 29. La secundó muy de cerca “Apropiación Social y Gobierno Electrónico”, con 28 trabajos. Para ilustrar mejor el panorama, debemos decir que de las 148 ponencias realizadas en el período, 29 se refirieron a Comunicación Organizacional, es decir, casi una quinta parte (19,59 %)<sup>30</sup> (Ver Tabla 1). En cada uno de los congresos, además, esta línea ocupó los dos primeros lugares en cuanto a número de ponencias, lo que quiere decir que despierta un interés que contrasta con la escasa producción por parte de editoriales comerciales y académicas.

En este orden de ideas, no es casual, por cierto, que la mención Comunicación Organiza-

TABLA 1. PONENCIAS EN CONGRESOS DE INVECOM 2013-2017

Ponencias	2013	2015	2017	Total
<b>Línea Comunicación Organizacional</b>	7 (15,9 %)	9 (20,45 %)	11 (20,63 %)	29 (100 %)
<b>Todas las líneas</b>	44 (100 %)	41 (100 %)	63 (100 %)	148 (100 %)

Fuente: profesor Humberto Jaimes Quero, investigador del CIC-UCAB, 2019.

cional en sus diferentes opciones (Comunicación Corporativa, Comunicaciones Integradas) siga teniendo una demanda entre media y alta, en universidades privadas, tanto en pregrado como en posgrado, mientras que otras especializaciones van en descenso o se han estancado.

Debemos resaltar que dentro de las “áreas temáticas” abordadas en la línea de Comunicación Organizacional, las ponencias se refirieron a planes, estrategias y políticas (31,03 %), competencias profesionales y formación (13,79 %), responsabilidad social y comunicativa (13,79 %), identidad (6,89 %), y otros temas generales (6,89 %). En el resto (13,79 %) encontramos estudios sobre marca, imagen, cultura organizacional, información, emociones, etcétera<sup>31</sup>.

Este análisis nos lleva a una necesaria reconsideración de la denominación de la línea de investigación, pues hace referencia a aspectos como “Identidad e imagen corporativa”, los cuales siguen siendo una preocupación fundamental tanto en el campo académico como en las empresas e instituciones públicas y privadas, sin embargo, no constituye la principal ni la única inquietud, debido al surgimiento de tendencias de nuevo signo como son el uso de la web social y el *big data*. En buena medida la persistencia en los estudios de imagen descansa en que es una prioridad para las empresas, una de las primeras exigencias para un gerente, o un profesional, una tarea ineludible, lo que no impide que se asuman otras temáticas.

Otro aspecto que resalta es que en los actores o ámbitos abordados por las ponencias predominaron entes educativos, en particular las universidades (41,37 %), seguido por los medios de comunicación (17,24 %), instituciones (6,89 %), grupos sociales/comunidad (6,89 %) y organizaciones en general (12,5 %). En el resto aparecen entes de gobierno, ciudad, empresas privadas y dirigentes políticos (17,24 %)<sup>32</sup>. El predominio

de la universidad como ámbito de estudio se explica por la familiaridad y las facilidades que encuentra el investigador en este tipo de institución, pero sería conveniente orientar la mirada hacia las empresas del sector comercial e industrial incluso a pesar del celo informativo y las políticas de seguridad de tales entidades. También debe subrayarse que los medios de comunicación quedaron en segundo lugar, lo cual se debe al habitual interés por estudiarlos.

Vistas las cosas, queda saber si estos trabajos tuvieron o tendrán una aplicación en su campo natural, es decir, en empresas e instituciones, o si permanecerán en bibliotecas físicas y electrónicas, a la espera de estudiantes, investigadores y curiosos. También habría que calibrar si su nivel puede equipararse al que se desarrolla en otras partes del mundo, y si los temas, los enfoques y las miradas están en sintonía con las tendencias que dominan el escenario mundial.

Cuando hablamos de tendencias mundiales, *Latin American Communication Monitor* señala que dentro de los temas estratégicos más importantes en Comunicación Organizacional hasta 2019, a escala latinoamericana y europea aparecen los siguientes: “enfrentarse con la evolución digital y la web social” (39,0 %) y “usar *bigdata* y/o algoritmos para la comunicación” (37,8 %). Luego se encuentran opciones tales como “fortalecer el rol de la función de comunicación” (37,0 %); “lidiar con la velocidad y volumen del flujo de información” (32,6 %); “conectar las estrategias de la organización y la comunicación” (31,7 %); “atender a la demandas de más transparencia y audiencias más activas” (25,3 %); “lidiar con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social” (25,3 %); “adaptarse a las necesidades de dirigirse a más audiencias y canales con recursos limitados” (25,1 %); “construir y mantener la confianza en la organización” (20,9 %); “explicar el valor de la

comunicación a los altos ejecutivos” (13,7 %); “habilitar, hacer *coaching* y aconsejar a los directivos senior y otros empleados” (11,5 %)³³.

Algunos de estos tópicos son, si se quiere, más tradicionales, caso de la alineación de las estrategias de la organización con la comunicación así como la generación de confianza en la organización, mientras que otros están más asociados a la irrupción de tecnologías, cosa que implica para las organizaciones afrontar crecientes volúmenes de información, mayor interacción con los clientes, desenvolverse con públicos más activos (prosumidores, ciberciudadanos) y enormes retos para la transparencia.

A la par de Invecom, la producción de investigaciones continúa su curso natural en el campo de las tesis de grado y posgrado de universidades, pero sabemos que se

trata de esfuerzos que probablemente no trascienden el recinto estrictamente académico, o la consulta esporádica de estudiantes. En este tipo de estudios, por cierto, se aprecia un interés por el estudio de casos concretos de empresas, instituciones y otros entes en los que se requiere la aplicación de planes, auditorías, o estudios específicos sobre algún aspecto de la comunicación más allá de la imagen y la identidad. Otras veces el interés está focalizado en el análisis de instrumentos usados en las estrategias, aunque también se aprecia un progresivo interés en analizar el uso de las redes sociales. El valor de estos estudios, más allá de las necesidades inmediatas en tanto requisito de grado o posgrado, es que se trata de esfuerzos que podrían conducir a investigaciones de mayor aliento, nutrir la producción editorial, estudios más profundos y tener una aplicación en las organizaciones.

No obstante, como ya hemos dicho, se observa que muchas de estas investigaciones no salen del recinto universitario, de las bibliotecas, o no despiertan el ánimo de un editor. Parte de estas investigaciones se aplican en las empresas, pero después no se habla más de ellas. A veces ocurre que son investigaciones poco vinculadas a la realidad de las instituciones en general, y no interesan a nadie.

Al respecto, Yasmín Trak ofrece una explicación:

En Venezuela, la investigación en Comunicación Organizacional se ha circunscrito al ámbito de los trabajos de grado de las instituciones universitarias que forman profesionales en esta disciplina, abordando fundamentalmente estudios de casos y/o propuestas de estrategias de comunicación corporativa para el objeto de estudio. Así, se convierten en investigaciones orientadas más hacia la consultoría que hacia la generación de conocimientos en el área. Por otra parte, la compleja situación del mercado editorial venezolano lleva a la industria de este sector a elegir aquellos temas que pudieran tener un amplio público interesado en la adquisición de publicaciones, y el área de Comunicación Organizacional en el país está mucho más vinculada con el ejercicio de la gerencia que con la investigación disciplinar³⁴.

Como solución al problema, Trak sugiere que:

... podría proponerse desde la academia la publicación de casos de estudio exitosos en el área (a modo de apuntes sobre la comunicación organizacional en Venezuela, en los cuales se documenten experiencias exitosas en el área como guías para las buenas prácticas del sector corporativo) y la edición de libros de texto que vinculen los contenidos conceptuales del área con el estudio caso³⁵.

Sandra Orjuela insiste en la existencia de diversos factores que afectan no solo la producción editorial, sino la propia especialidad profesional, entre los cuales incluso está la enseñanza. Al respecto, señala que muchos profesores a pesar de su experiencia como consultores, “realmente no son académicos, con lo cual el trabajo de publicar no les agrada, ni interesa”, mientras que otros son muy buenos por su experiencia, pero carecen de formación académica. Además:

... no contamos con un equipo consolidado de profesores-investigadores en el área de Comunicación Organizacional, con lo cual las investigaciones que se dirigen en tesis o incluso propias, no son de máximo rigor científico. Los esfuerzos investigativos son dispersos y atomizados, muchas veces repetitivos.

**No obstante, como ya hemos dicho, se observa que muchas de estas investigaciones no salen del recinto universitario, de las bibliotecas, o no despiertan el ánimo de un editor.**

Igualmente Orjuela ve que “las tesis que podrían ser semilla para publicar, se han convertido en trabajos repetitivos, donde la gran mayoría terminan diseñando un plan de comunicación”<sup>36</sup>.

Otras razones tienen que ver con la situación país, según Orjuela:

En Venezuela no se cuenta con recursos para hacer investigaciones, para una suscripción a revistas científicas. Nuestros académicos están bastantes distantes de los estándares internacionales y cuando salen al exterior es que se encuentran con que deben cumplir con sexenios de investigación, haber publicado sólo en obras con ISBN o ISSS según el caso, y en Venezuela aún salen muchas publicaciones sin esos registros que permiten demostrar que existen realmente<sup>37</sup>.

### NUEVOS LENGUAJES, NUEVAS GENERACIONES, NUEVAS MIRADAS

Un sector que no ha detenido su interés en el área, lo integran las publicaciones periódicas en las que colaboran expertos a través de artículos de opinión, entrevistas y ensayos.

Fundada en 2009, la revista *RSE Venezuela* constituyó una novedad por ser un medio especializado en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), una de las aristas que ha crecido en la gestión de la comunicación en empresas e instituciones, aunque con gran frecuencia se encuentra más asociada a departamentos como Inversión Social, Desarrollo Social u otro. También hay que considerar la RSE como un nuevo modelo de negocio para las empresas, con lo cual cambia completamente su incidencia en la organización.

Sin embargo, después de varios años de haber incursionado como medio impreso, dejó de circular y optó por seguir únicamente en las redes sociales. Un caso más de las conocidas dificultades que tienen las iniciativas editoriales en el país, donde los enredos económicos aceleraron la migración de los formatos impresos a los digitales, y las empresas e instituciones, incluso dedicadas a la investigación, no tuvieron más posibilidades reales de asumir la edición de impresos.

Otra publicación periódica reconocida es la revista *Debates IESA*. Acostumbrada a tocar temas asociados a macroeconomía, microeconomía, finanzas, mercadeo, políticas públicas, a menudo aborda aspectos de gerencia y mercadeo que se vinculan directa e indirectamente con la Comunicación Organizacional. A través de artículos sus autores, muchos de ellos profesores y conferencistas del instituto de marras, analizan, exploran y presentan consejos, experiencias, enseñanzas. Este tipo de formato parece ser el más amigable y accesible para los profesionales porque ofrece orientaciones prácticas incluso sobre problemas concretos en las organizaciones<sup>38</sup>. Esta publicación aporta algún tipo de información actual sobre el área y llena parcialmente el vacío dejado por la ausencia de libros y afines. Otro tanto puede decirse de los blogs y sitios afines donde escriben consultores como Amado Fuguet, Álvaro Benavides La Grecca, Xiomara Zambrano, entre otros.

La divulgación de nuevos conocimientos, conceptos y herramientas sin duda va más rápido en el ciberespacio, a través de portales, blog personales, espacios colaborativos, donde profesionales dejan sus conocimientos, experiencias y hallazgos. Para autores, investigadores y consultores esta tendencia, que ya es planetaria, llena de manera parcial el vacío en el mercado editorial venezolano. No obstante, siempre será necesario verificar la calidad y oportunidad de estas iniciativas.

Esto nos lleva a considerar la irrupción de las generaciones de nativos digitales y su forma de encarar la comunicación dentro y fuera de las organizaciones. Los nativos digitales están asumiendo posiciones en empresas, instituciones y universidades bajo una nueva perspectiva de la comunicación organizacional. Para los jóvenes que antecedieron a la generación Z, por ejemplo, el correo electrónico y la intranet corporativa son consideradas “viejas herramientas” de trabajo<sup>39</sup>. Ello en parte también obedece a su preferencia por otros formatos y prácticas distintas al libro impreso, por un tipo de contenido y lenguaje que

**Esto nos lleva a considerar la irrupción de las generaciones de nativos digitales y su forma de encarar la comunicación dentro y fuera de las organizaciones.**

**Los comunicadores corporativos tienen otras aspiraciones, que van más allá del clásico Colegio de Periodistas, organización consagrada a objetivos y luchas más vinculadas con la defensa de la libertad de expresión y los derechos de los periodistas en su duro trajinar diario.**

difiere un poco de la investigación académica “clásica”. Quizás para esta camada en ciernes el formato libro, en particular el impreso, resulta poco atractivo en un mundo dominado por herramientas tecnológicas ajustadas a las realidades operacionales propias del trabajo diario, que funcionan con un *clic*.

La propia realidad de las empresas e instituciones con frecuencia impone estilos profesionales en los que la praxis operacional da poco espacio (o ninguno) a disertaciones en torno a constructos propios del aula académica, es decir, definiciones, teorías y modelos planteados por escuelas de pensamiento que en años pasados constituyeron paradigmas y guías para los profesionales y estudiosos de la comunicación. El *Latin American Communication Monitor* encuentra, por ejemplo, que el 34,3 % de la gestión de las comunicaciones en las organizaciones es operacional, y que los propios directores de comunicaciones invierten un tercio de su gestión en cuestiones operacionales<sup>40</sup>.

No son pocas las preguntas que la irrupción tecnológica plantea tanto en la gestión de la comunicación en las organizaciones como en la producción editorial. ¿Se interesan las nuevas generaciones de comunicadores y gerentes del área en acceder a investigaciones en el formato de libro (impreso) y afines? ¿Es un problema de formato, de lenguaje, de la forma en que se llega (o no se llega) a los distintos mercados, a un mercado específico?

Yasmín Trak cree que:

... el libro digital está cobrando fuerza en los últimos años. Sin embargo, en el caso del estudiante de pregrado, lamentablemente el interés por la investigación es cada vez más escaso. Tanto estudiantes como profesionales jóvenes prefieren textos cortos que contengan herramientas teórico-prácticas que sean susceptibles de ser aplicadas en el campo laboral, con la consecuente comprobación de sus resultados en el corto plazo. Además, no se ha implementado en el país una estrategia para el

posicionamiento de la Comunicación Corporativa como un área de comunicación social que apunta al manejo estratégico de la información al servicio de las organizaciones públicas y privadas, sin importar su tamaño ni el sector al cual estén adscritas<sup>41</sup>.

Orjuela manifiesta otras razones:

Creo que tenemos problemas en todo, en formato (poco atractivo, sin estar adecuado al target), en lenguaje (no convencemos, ni persuadimos, no hay novedad) y de mercado (no lo conocemos realmente). Se supone que estudiamos Comunicación y Estrategia y a la hora de salir a vender lo que hacemos no aplicamos estrategia, no conocemos a nuestros públicos, qué les interesa, cómo llegarles; desconocemos el entorno y creemos que el mundo es lo que vivimos personalmente y más con la situación país que lo dejó detenido hace años atrás<sup>42</sup>.

Sin embargo, Orjuela piensa que respecto a las nuevas generaciones y su interés en torno a las investigaciones:

... depende de lo que el mercado les ofrezca. Un gerente de primer nivel, lee bastante, se actualiza y siempre busca información para tener herramientas a la hora de tomar decisiones y para ello necesita publicaciones que quizá puede encontrar en libros en físico y digital y también en revistas especializadas<sup>43</sup>.

La creación de la Red de Comunicadores Corporativos, Comunicorpo (2012), constituyó una novedad pues agrupa a los profesionales especializados en un área distinta al periodismo, que como sabemos es la que mayor visibilidad, alharaca y exposición ha tenido en el espectro mediático nacional, y la que ha gozado de mayores facilidades en el mundo editorial. Los comunicadores corporativos tienen otras aspiraciones, que van más allá del clásico Colegio de Periodistas, organización consagrada a objetivos y luchas más vinculadas con la defensa de la libertad de expresión y los derechos de los periodistas en su duro trajinar diario.

Además de ofrecer cursos y asesorías, esta red asume la formación en el área como un hecho empírico: “COMUNICACIONES es una profesión en la que se aprende haciendo, inter-

cambiando experiencias y creando redes de contacto<sup>344</sup>. Es un síntoma de lo expresado unas líneas atrás: el predominio del aspecto operacional sobre teorías, paradigmas y constructos teóricos que es lo que precisamente caracteriza a gran parte de la investigación académica.

La agencia Contextus por ejemplo, creada por la catedrática Xiomira Villasmil (1949-2011), es una de las pocas que hace alarde precisamente de la investigación académica. En su portal la agencia asume como fortaleza el currículo de Villasmil, los diversos libros y estudios que publicó. Al respecto, apunta: “Sus principios teóricos y metodologías prácticas sobre comunicación corporativa definen nuestra filosofía de asesoría y servicio, siempre orientada a la excelencia y efectividad<sup>345</sup>”.

Esta agencia, por cierto, da prioridad a la investigación como herramienta de apoyo en la gestión: “Para nosotros la investigación es una herramienta fundamental del trabajo de la comunicación corporativa<sup>346</sup>”, lo cual se verifica, a menudo, en la utilización de encuestas, estudios de opinión y otras modalidades para palpar el clima organizacional en empresas e instituciones, el posicionamiento de una marca en el mercado, entre otros aspectos.

La producción editorial en Comunicación Organizacional en Venezuela quizás no ha sabido venderse, promocionarse, para atender un creciente mercado de profesionales, estudiantes, empresas e instituciones. Además de ser escasa su oferta en el mercado editorial, no ha incorporado nuevas tendencias, nuevos hallazgos que aporten al mundo real. Existe una investigación académica de la cual podría nutrirse, pero aquí también es necesario encontrar fórmulas que resulten más atractivas para ciertos públicos, sin que por ello desmejore la calidad. Tal vez la academia debe repensar las estrategias, los lenguajes y los temas tratados. Para los propios estudiantes del área, a menudo los trabajos de investigación resultan engorrosos, no muy accesibles ni útiles. Esto explica la preferencia por productos desactualizados o menos rigurosos en un mercado editorial deprimido como el venezolano, el cual siempre fue menos prolífico que el de Colombia, Argentina, Chile o México, países con una mayor tradición.

**HUMBERTO JAIMES Q.**

Comunicador Social (UCV). Magister en Historia de las Américas (UCAB). Investigador del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB) (Con la colaboración de la estudiante de Comunicación Social-UCAB, Gema González)

**Notas:**

- 1 CANELÓN, Agrivalca y SILVA, Narsa. (2010): “Comunicación Organizacional en América Latina: retrospectiva, voces y horizonte”. En: Jesús María Aguirre/Marcelino Bisbal (editores). *Prácticas y travesías de Comunicación en América Latina*. Pp. 183-207. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- 2 CAÑIZALES, Dilcia (2009): *Comunicaciones corporativas*. Los Libros de El Nacional. Caracas: Editorial CEC, S.A.
- 3 BENAVIDES La GRECCA, Álvaro (2011): *Comunicación Persuasiva. 50 propuestas para impactar a las audiencias de manera eficaz*. Los Libros de El Nacional. Caracas: Editorial CEC, S.A.
- 4 PIZZOLANTE NEGRÓN, Italo (2006): *El Poder de la Comunicación Estratégica. Apuntes de un evangelizador corporativo*. Los Libros de El Nacional. Caracas: Editorial SEC, S.A.
- 5 Recordemos que en 1972 se usó esta denominación para una cátedra de la mención Prensa, de la Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- 6 MARÍN MARCANO, Marcos (2011): *Los 7 factores del éxito gerencial*. Universidad Monte Ávila. Caracas: Editorial Pomaire.
- 7 VILLAMIZAR, José (2012): *Venezuela CMYK-Marcas*. Caracas: Grupo Intenso.
- 8 *Ibidem*, p. 9.
- 9 *Ibidem*, pp. 8-9.
- 10 GUEDEZ, Víctor (compilador) (2014): *La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implantación, desarrollo y evaluación*. Caracas: Venancham.
- 11 GÓMEZ, Carlos Alarico y FERNÁNDEZ ALVARADO Josué D. (2016): *Evanescencia de la imagen corporativa. Estrategias comunicativas de hoy*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- 12 GÓMEZ, Carlos Alarico (2008): *La gerencia de la imagen*. Caracas: Editorial Panapo.
- 13 GÓMEZ, Carlos Alarico y FERNÁNDEZ, Josué D., Op.cit., p.14.
- 14 NAHÓN-SERFATY, Isaac (2012): “Comunicación, responsabilidad, y transparencia: nuevos escenarios, viejos retos para una ética institucional”. Pp. 9-43. En: José Luis Da Silva (coordinador). *Ética en los medios de comunicación*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- 15 *Ibidem*, p. 32.

- 16 Sandra Orjuela en: cuestionario enviado por Humberto Jaimes vía correo electrónico. 4 y 15 de febrero de 2019.
- 17 Ídem.
- 18 Yasmín Trak en: cuestionario enviado por Humberto Jaimes vía correo electrónico. 4 y 9 de febrero de 2019. Es magíster en Comunicación Organizacional (UCAB).
- 19 Ídem.
- 20 CANELÓN, Agrivalca (2017): "La comunicación digital de las empresas venezolanas: análisis de la información sobre Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad". En: M.A. Rebeil y R. Arévalo (Eds.) *Responsabilidad Social en la Comunicación Digital Organizacional*. México: Tirant Lo Blanch.
- 21 CANELÓN, Agrivalca (2014): "El legado del periodismo industrial a la comunicación organizacional en Venezuela". En: *Sintaxis*. Recuperado el 18-02-2019 de: <http://pegaso.anahuac.mx/cica/sintaxis/el-legado-del-periodismo-industrial-a-la-comunicacion-organizacional-en-venezuela-de-la-prensa-de-masas-a-la-revista-interna/>.
- 22 AGUIRRE, Jesús María y BISBAL, Marcelino (2015): *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*. Caracas: Centro Gumilla/Bid & co. Editor.
- 23 FERNÁNDEZ NAVA, Lizyllen y USECHE, María Cristina (2015 enero-junio): "Identidad y alteridad en la comunicación organizacional". pp. 60-77. En: *Quorum Académico*, Vol. 12, N° 1. Caracas: Universidad del Zulia.
- 24 Ibídem, p.75.
- 25 CANELÓN, Agrivalca (2013): "25 años de la comunicación organizacional en Venezuela: una agenda en retrospectiva". En: *Anuario Ininco*. Investigaciones de la Comunicación, Vol.25-N-1. Caracas: UCV.
- 26 *ARS Publicidad 75*. Caracas: Editorial ARS Publicidad. 2013.
- 27 FERNÁNDEZ, Blas (2013 julio-diciembre): "Lugares comunes. La comunicación para el desarrollo desde las organizaciones socialmente responsables". Pp. 125-163. En: *Temas de Comunicación*, N° 27. Caracas: Centro de Investigación de la Comunicación (CIC), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- 28 FERNÁNDEZ, Blas (2014): "¿Son las organizaciones socialmente responsables? Estudio de caso de la responsabilidad comunicativa de siete instituciones venezolanas". Pp. 79-91. En: *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 168. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- 29 "Retos Organizacionales". *Comunicación. Estudios Venezolanos de comunicación*, N° 154. Caracas: Fundación Centro Gumilla. 2010.
- 30 Datos elaborados por el autor a partir de las ponencias presentadas por Invecom en su portal <http://invecom.org/> y con información suministrada por Felipe González Roa, coordinador del congreso de 2017 realizado en la Universidad Monteávila.
- 31 Datos y categorías elaboradas por el autor.
- 32 Datos y categorías elaboradas por el autor.
- 33 MORENO, A. et al (2016-2017): *Latin American Communication Monitor*. P. 83.
- 34 TRAK, Yasmín. Op.cit.
- 35 Ídem.
- 36 ORJUELA, Sandra. Op.cit.

37 Ídem.

38 Algunos artículos dan fe de ello: Raúl Maestres, "Misión, visión y valores: ¿sirve para algo su definición?". Enero-marzo de 2015; Carmen Cecilia Torres, "La conciliación trabajo-familia y la comunicación supervisor-supervisado". Octubre-diciembre de 2015.

39 "Nueva comunicación corporativa con sello 'millennial'". En: *Computer Word Venezuela*, 16 de junio de 2016. Recuperado el 23 de enero de 2019 de: <http://www.cwv.com.ve/nueva-comunicacion-corporativa-con-sello-millennial/>.

40 MORENO, A. et al. Op.cit., pp. 45-46.

41 TRAK, Yasmín. Op.cit.

42 ORJUELA, Sandra. Op.cit.

43 Ídem.

44 Red de Comunicadores Corporativos (Comunicorpo). Recuperado el 23 de enero de 2019 de: <http://www.comunicorpo.net/>.

45 Recuperado el 20 de enero de 2019 de: <http://www.contextus.com.ve/>.

46 Ídem.

## Referencias

AGUIRRE, Jesús María y HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (2018): *Diccionario investigadores venezolanos de la Comunicación*. Colección Letraviva. Caracas: Fundación Centro Gumilla/abediciones/Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

AGUIRRE, Jesús María y BISBAL, Marcelino (compiladores) (2015): *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*. Caracas: Centro Gumilla/Bid/co. Editor.

BLANCO, Luis Ernesto (julio-septiembre 2018): "Tecnología para hablar con la generación Z". En: *Debates IESA*. Recuperado el 12 de febrero de 2019 de: <http://www.debatesiesa.com/tecnologia-para-hablar-con-la-generacion-z/>.

BENAVIDES La GRECCA, Álvaro (2011): *Comunicación persuasiva. 50 propuestas para impactar a las audiencias de manera eficaz*. Los Libros de El Nacional. Caracas: Editorial CEC, S.A.

CANELÓN, Agrivalca (2013): "25 años de la comunicación organizacional en Venezuela: una agenda en retrospectiva". Pp. 93-132. En: *Anuario Ininco*. Investigaciones de la Comunicación. V.25-N-1. Caracas: UCV.

CANELÓN, Agrivalca y ORJUELA, Sandra (2015): "La Comunicación de las organizaciones en Venezuela. Itinerario de una década". Pp. 282-341. En: Marcelino Bisbal y Jesús María Aguirre (compiladores). *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*. Caracas: Fundación Centro Gumilla/Bid & co. Editor.

CANELÓN, Agrivalca y SILVA, Narsa (2010): "Comunicación Organizacional en América Latina: retrospectiva, voces y horizonte". Pp. 183-207. En: Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal (editores). *Prácticas y travesías de Comunicación en América Latina*. Caracas: Fundación Centro Gumilla.

CAÑIZALES, Dilcia (2009): *Comunicaciones corporativas*. Los Libros de El Nacional. Caracas: Editorial CEC, SA.

FERNÁNDEZ, Blas (julio-diciembre de 2013): "Lugares comunes. La comunicación para el desarrollo desde las



- Organizaciones socialmente responsables”. Pp. 125-163. En: *Temas de Comunicación*, N° 27. Caracas: Centro de Investigación de la Comunicación (CIC), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- \_\_\_\_\_ (2014). “¿Son las organizaciones socialmente responsables? Estudio de caso de la responsabilidad comunicativa de siete instituciones venezolanas”. Pp. 79-91. En: *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*. N° 168. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- FERNÁNDEZ NAVA, Lizyllen y USECHE, María Cristina (enero-junio 2015): “Identidad y alteridad en la comunicación organizacional”. Pp. 60-77. En: *Quorum Académico*, Vol. 12, N° 1. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- GÓMEZ, Carlos Alarico y FERNÁNDEZ, Josué D. (2016): *Evanescencia de la imagen corporativa. Estrategias comunicativas de hoy*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- GUEDEZ, Víctor (compilador) (2014): *La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implantación, desarrollo y evaluación*. Caracas: Venancham.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (enero-marzo de 2013): “La investigación de la comunicación en América Latina. Tendencias y perspectivas a partir del siglo XXI”. Pp. 83-90. En: *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*. N° 161. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- MARÍN MARCANO, Marcos (2011): *Los 7 factores del éxito gerencial*. Caracas: Universidad Monte Ávila, Editorial Pomaire Venezuela.
- MORENO, A., MOLLEDA, J.C., ATHAYDES, A., SUÁREZ, A. M., HERRERA, M. y ÁLVAREZ, A. (2017). *Latín American Communication Monitor 2016-2017. Tendencias en Comunicación Estratégica. Big data, automatización, engagement, influencers, coaching y competencias*. Resultados de una encuesta en 17 países. Madrid, España: Euprera/Dircom.
- NAHÓN-SERFATY, Isaac (2012): “Comunicación, responsabilidad, y transparencia: nuevos escenarios, viejos retos para una ética institucional”. Pp. 9-43. En: José Luis Da Silva (coordinador). *Ética en los medios de comunicación*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).
- PÁEZ, Tomás (compilador) (2010): *Responsabilidad Social Empresarial*. XIX Seminario Internacional AISO. Los Libros de El Nacional. Caracas: Editorial CEC S.A.
- PALACIOS, J. A. (2015): “Historia y avances en la investigación en comunicación organizacional”. En: *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. V, N° 10, 25-46”. Recuperado el 30 de enero de 2019, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-03-25-46>.
- PINEDA, Migdalia (2004): *Las Ciencias de la Comunicación a la luz del siglo XXI*. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- PIZZOLANTE, Italo (2006): *El poder de la Comunicación Estratégica. Apuntes de un evangelizador corporativo*. Los Libros de El Nacional Caracas: Editorial SEC, S.A.
- RAMÍREZ, Luis Manuel (2013): *El poder de la responsabilidad evolutiva en las organizaciones*. Caracas: Ediciones Cobo.
- UTRERA, Orlando (2013): *Periodismo Institucional. Ade-cuación de técnicas*. 1ra edición 2006. Caracas: Servicio Autónomo Imprenta Nacional y Gaceta Oficial.
- VILLAMIZAR, José (2012): *Venezuela CMYK-Marcas*. Caracas: Grupo Intenso.
- ARS Publicidad 75 (2013). Caracas: Editorial ARS Publicidad.
- “Nueva comunicación corporativa con sello ‘millennial’”. En: *Computer Word Venezuela*, 16 de junio de 2016. Recuperado el 23 de enero de 2019 de: <http://www.cww.com.ve/nueva-comunicacion-corporativa-con-sello-millennial/>



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Kevin Frayer(Getty Images).

# Pensar en medio de la tormenta

—La investigación y reflexión en Comunicación Política en Venezuela (2000-2018)—

---

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

---

En este texto se revisa lo publicado en cuatro revistas venezolanas dedicadas a la investigación y reflexión en temas de comunicación, poniendo el foco en el eje de comunicación política y delimitando el período a los años 2000-2018. Tal periodo coincide con una época de constantes conflictos en el sistema político de Venezuela, bajo el signo del chavismo, por lo que resalta el hecho de que se haya generado tal producción intelectual teniendo como telón de fondo una conflictividad latente, y en no pocos casos abierta directamente.

**ABSTRACT** *This text reviews what has been published in four Venezuelan journals dedicated to research and reflection on communication issues, focusing on the axis of political communication and defining the period to the years 2000-2018. This period coincides with a time of constant conflicts in the political system of Venezuela, under the sign of Chavism, which highlights the fact that such intellectual production has been generated against a backdrop of latent conflict, and not a few open cases directly.*

## INTRODUCCIÓN

Comenzaremos por revisar algunas definiciones de comunicación política a partir de lo expresado por autores que pueden considerarse clásicos de los estudios de comunicación o del ámbito de las ciencias sociales.

Partimos de considerar a la comunicación como un recurso fundamental de la política y una de las categorías básicas de la democracia.

Wilbur Schramm sostuvo: “los políticos tienen que ser expertos en comunicación, debido a que tienen que ofrecerse a sí mismos, dar a conocer resultados y persuadir a los votantes, y a quienes toman decisiones, de su forma de pensar”.

La comunicación política juega un rol fundamental en la acción y el funcionamiento de los sistemas políticos. Robert Meadow en su libro *Politics as communication*, define la comunica-

**Dominique Wolton define la comunicación política como “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos”.**

ción política como “el intercambio de símbolos y mensajes que, con un significativo alcance, han sido compartidos por, o tienen consecuencias para, el funcionamiento del sistema político”.

David Paletz en *Political Communication research* asume que la comunicación política abarca toda dinámica comunicativa entre gobernantes y gobernados, siempre y cuando tal inter-

racción conlleve significados políticos. Dan Nimmo y David Swanson mantienen que “una comunicación puede ser considerada política en virtud de las consecuencias que regulan la conducta humana bajo ciertas condiciones de conflicto” y definen a la comunicación política como “el uso estratégico de la comunicación para influir en el conocimiento público, las creencias y la acción sobre asuntos públicos”.

Finalmente, el sociólogo francés Dominique Wolton define la comunicación política como “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos”.

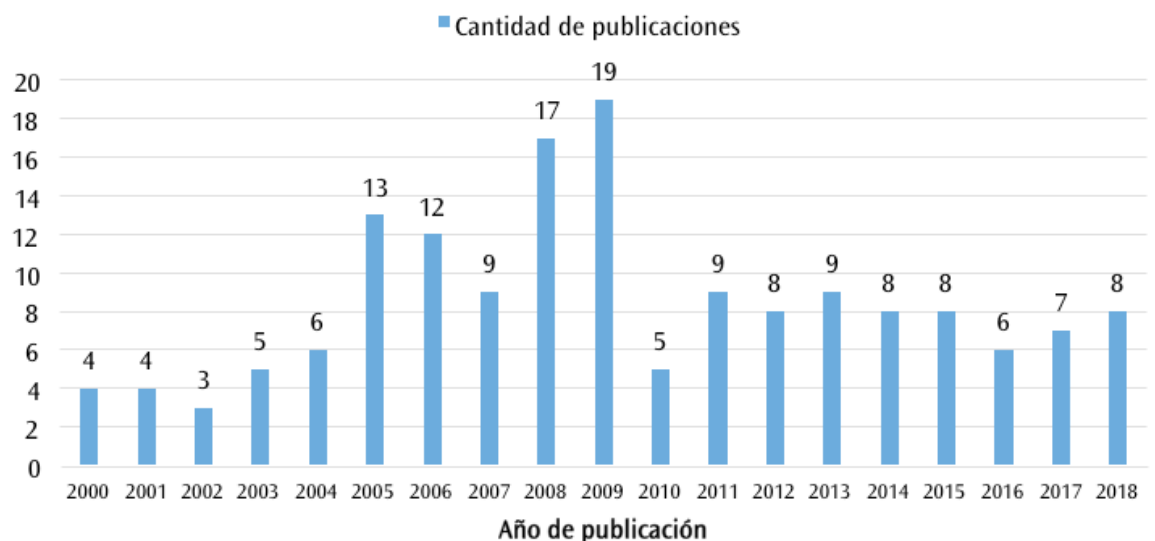
## UNA MIRADA GENERAL SOBRE EL PERÍODO

Cualquier periodización termina siendo arbitraria. En nuestro caso seleccionamos como punto de inicio el año 2000, para hacerlo coincidir además con el inicio del siglo XXI, y el cierre lo fijamos en 2018, para que fuese un año completo. Este texto lo escribimos en los primeros meses de 2019.

Tras definir el período surgió la otra interrogante. Qué material se va a analizar. Tras revisar otros textos que apuntan en esta misma dirección, enfocados en otros ámbitos de estudio, decidimos enfocarnos en cuatro publicaciones especializadas dedicadas a la investigación y reflexión en comunicación. De esa manera tomamos la revista *Comunicación. Estudios venezolanos sobre comunicación*, que editada por la Fundación Centro Gumilla es una publicación pionera en Venezuela y en América Latina.

Asimismo, hicimos un arqueo de las revistas académicas editadas en Venezuela del campo de estudio de la comunicación: *Anuario Ininco* (Universidad Central de Venezuela), *Quórum Académico* (Univerad del Zulia) y *Temas de Comunicación* (Universidad Católica Andrés Bello). No se tomó en consideración la revista *Disertaciones*, originalmente editada por la Universidad de los Andes, pero que en la actualidad tiene una filiación académica interna-

**GRÁFICO 1**  
NÚMERO DE ARTÍCULOS POR AÑO



cional y no es en sentido estricto una publicación hecha en Venezuela.

De nuevo, todas estas decisiones por parte del investigador terminan siendo arbitrarias. Pero solo tienen por objetivo delimitar el terreno que va a ser investigado. Con estos parámetros conviene recalcar que para este trabajo no se tomaron en consideración libros publicados en el período, tampoco figuran artículos de autores venezolanos publicados en revistas foráneas y del mismo modo están excluidas las tesis de pregrado y postgrado que se hayan realizado en este período y que estuviesen conectadas con la comunicación política.

Hechas las aclaraciones necesarias, pasamos a presentar algunos resultados generales. Para facilitar el procesamiento hemos dividido en tres categorías los artículos encontrados: ensayo, investigación empírica y arqueo documental.

La producción de artículos en las cuatro revistas venezolanas tiene fluctuaciones importantes en los diferentes años, teniendo como años pico al 2008 y 2009. Desde mi punto de vista, esta mayor producción en aquel momento fue una respuesta desde el campo académico y de la reflexión tras lo que fue un agudo año 2007 en la vida nacional.

En 2007 cesó la señal por la televisión abierta del canal RCTV, lo que desencadenó una serie de

protestas del movimiento estudiantil en Venezuela. Aquel año culminó con la derrota de una reforma constitucional que entonces impulsaba Hugo Chávez con la intención de perpetuarse en el poder.

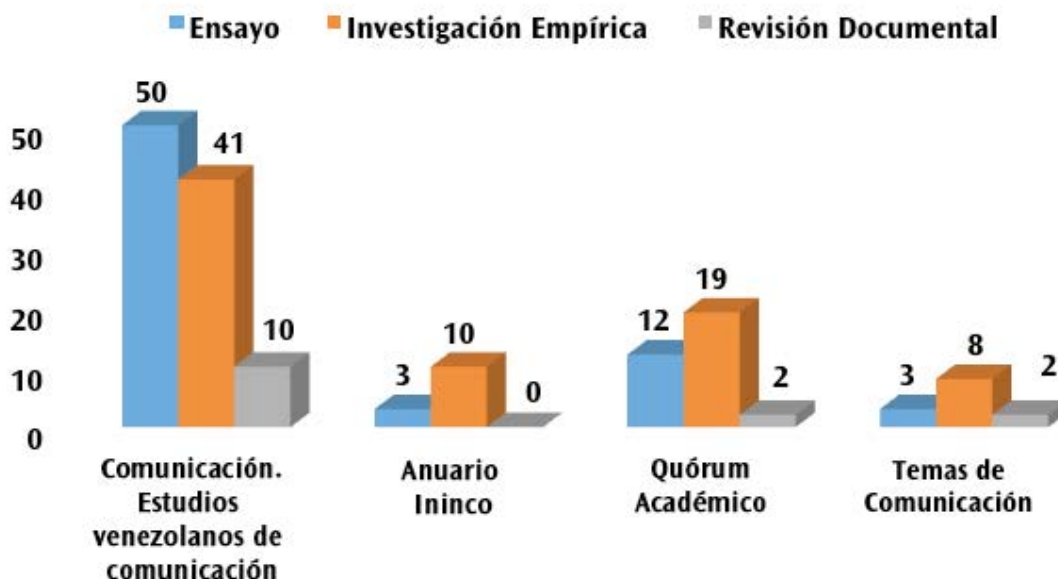
A partir de 2011 se percibe una generación de textos mucho más estable y eso puede estar relacionado con la generación de reflexiones e investigaciones en torno a lo que se entiende ya como una era política en el país: el chavismo.

La revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación* resalta de forma notable en el volumen de publicaciones en el período analizado. Esto se debe a dos particularidades: es una publicación trimestral, y con ello tiene una cantidad superior de ediciones; asimismo, concentra el mayor número de ensayos dada su naturaleza de una revista en la que se combina la reflexión, la ensayística, con la investigación empírica.

*Quórum Académico* y *Temas de Comunicación* cuentan con ediciones semestrales. Mientras que *Anuario Ininco* le hace honor a su nombre y tiene una edición anual. La periodicidad marca una diferencia importante para

**La producción de artículos en las cuatro revistas venezolanas tiene fluctuaciones importantes en los diferentes años, teniendo como años pico al 2008 y 2009.**

**GRÁFICO 2**  
NÚMERO DE ARTÍCULOS EN CADA REVISTA



entender los volúmenes diferentes en la mirada comparativa de este conjunto de revistas venezolanas.

Al darle una mirada al tipo de artículos, encontramos una presencia mayoritaria de investigaciones empíricas. En varios de los casos los artículos son productos generados a partir de tesis de pregrado o postgrado, o avances de investigaciones para estudios de maestría y en menor medida doctorados.

Los ensayos, por su parte, constituyen una suerte de tradición venezolana, con raíces latinoamericanas. Son textos reflexivos a partir de la mirada analítica y propia del autor sobre un fenómeno, sin que exista detrás necesariamente una investigación previa o se le otorgue un peso a la construcción de un cuerpo amplio de bibliografía consultada.

La menor presencia de trabajos relacionados con la revisión documental refleja asimismo la falta de una práctica necesaria en Venezuela, el arqueo de documentos para elaborar un estado del arte sobre una problemática. No es un proceso usual en el país. Hay varios de estos trabajos en *Comunicación. Estudios venezolanos sobre comunicación*.

Debido a que la gran mayoría de los textos están firmados por solo un autor, inferimos que no existe como práctica académica el trabajo en equipo o colaborativo. No se trata de una novedad, ya que ese es un rasgo distintivo de la producción académica venezolana en los campos de las humanidades y las ciencias sociales.

Dado el volumen de artículos publicados sobre comunicación política, por la revista del Centro Gumilla, no debe extrañar que los autores con mayor volumen de publicaciones sean todos de dicha publicación trimestral, tal como queda en evidencia en la tabla 1.

### INTENTO DE PERIODIZACIÓN

Tal como hemos indicado al inicio del trabajo, establecer una periodización es un ejercicio académico para ayudar a procesar y presentar resultados, pero a fin de cuentas es también una decisión arbitraria. Reconociendo tal condición, he hecho un ejercicio para establecer períodos que han terminado siendo desiguales en el número de años que comprende cada uno, pero

que responden en realidad a la coyuntura política de Venezuela en este siglo XXI y que nos parece pertinente dado el tópico que es objeto de estudio, la comunicación política.

GRÁFICO 3  
TIPOS DE ARTÍCULOS

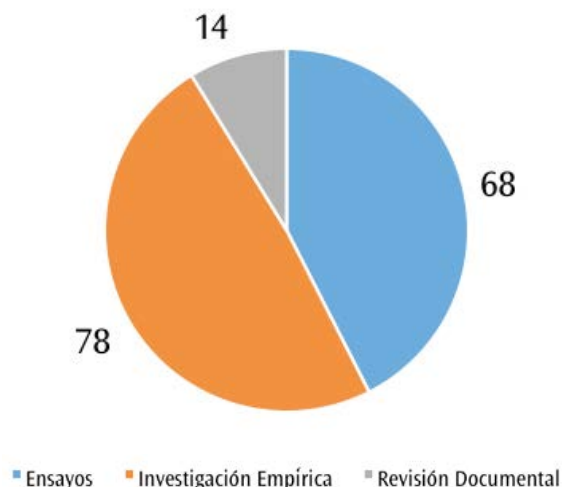


TABLA 1.  
AUTORES CON MAYOR NÚMERO DE ARTÍCULOS

Autor	Cantidad de publicaciones	Revista que publicó
Abreu Sojo, Iván	3	Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación
Bisbal, Marcelino	6	Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación y Quórum Académico
Canelón, Agrivalca	4	Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación
Cañizález, Andrés	7	Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación
Delgado Flores, Carlos	6	Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación
Quiñones, Rafael	5	Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación

**2000-2002**

Mientras que en Venezuela se registra un clima de conflictividad, creciente a partir del año 2001 y con su clímax en 2002, la mirada reflexiva y académica venezolana no se centra aún en el análisis de las transformaciones que va a desencadenar en el país la llegada de Hugo Chávez al poder.

Los artículos de ese período abordan, en líneas generales, problemáticas de América Latina, miradas sobre fenómenos como las brechas sociopolíticas en la región. La irrupción de la crisis en abril de 2002 (el “carmonazo” y el regreso de Chávez al poder) abre las puertas a otro tipo de abordajes en los que de forma incipiente se conectan tópicos de la comunicación política con la realidad-país.

**2003-2007**

Venezuela vive en ese período una consolidación del chavismo como poder que además de forma abierta plantea su condición hegemónica en el campo de las comunicaciones. Es un período en el que se genera mayor producción reflexiva y académica y de forma notable el acento se pone en el contexto venezolano.

Este período se caracteriza por una seguidilla de acontecimientos políticos: fracaso del golpe de Estado de abril de 2002, desgaste del paro petrolero (diciembre 2002-enero 2003), referendo revocatorio contra Chávez en el cual sale victorioso (2004), no participación electoral opositora en 2005 en elecciones legislativas, reelección de Chávez en diciembre de 2006 e implantación del modelo del socialismo del siglo XXI, cese de la señal de *RCTV*.

Este contexto habla de un lapso en el cual el poder del chavismo se consolida. Comienza la aparición de artículos en los que ya claramente se habla de un modelo de comunicación política en la Venezuela de esos años.

**2008-2010**

El cénit del chavismo es en este período. Chávez reelecto y con una visión ya claramente absolutista se apalanca en la Asamblea Nacional para cooptar al resto de poderes públicos.

El período no solo sirve para continuar analizando el modelo de comunicación política y políticas de comunicación del chavismo, sino que también coincide con la primera década de Chávez en el poder. Venezuela está lejos de conocer la crisis económica, ya que los precios del petróleo siguen siendo altos.

Al hacer balance de la primera década, desde nuestro punto de vista, no solo se dibuja lo hecho sino que comienza a proyectarse –ya en aquel momento– la constatación de que el chavismo busca perpetuarse en el poder. Se realizan retratos de tal fenómeno desde los tópicos inherentes a la comunicación política.

**2010-2012**

El declive biológico de Chávez trae consigo las primeras señales de una crisis económica que será devastadora en los años siguientes. Mientras el chavismo se prepara para seguir en el poder sin Chávez, las miradas académicas y reflexivas sobre la comunicación política en Venezuela analizan el nuevo mapa nacional, se entretienen textos sobre las transformaciones que se han sucedido y se le conectan con las realidades de otras latitudes.

Se ha producido un cambio sustantivo en la vida nacional y esto ha tenido como pivote la comunicación política encarnada en el propio jefe de Estado. La idea de una presidencia mediática ejercida por Hugo Chávez es signo de aquel período.

**2013-2018**

La muerte de Chávez y la entronización de su heredero político, Nicolás Maduro, abre una nueva línea reflexiva y analítica sobre cómo hace uso de las estrategias de comunicación política un presidente con pocas luces para el destello público.

El peso que tienen en estos años la trama comunicacional construida previamente por Chávez, teniendo como mano derecha en este terreno a Andrés Izarra, es una de las razones para explicar la supervivencia política de Maduro. Se manifiestan también dos líneas de producción, las miradas sobre nuestro pasado y las visiones comparativas con el resto de Amé-

rica Latina. Hay una clara necesidad de tener referentes para el contraste.

### A MODO DE CIERRE

Este texto no tiene ninguna intención definitiva. En realidad, se trata de una primera aproximación. La recopilación de artículos que hemos realizado tal vez pueda ser la base para otras lecturas y aproximaciones al período analizado. Las dos primeras décadas del siglo XXI en Venezuela, bajo el chavismo, constituye sin duda un campo en el que aún caben múltiples y variadas lecturas, académicas y analíticas, bajo el enfoque de la comunicación política.

Por último quiero volver sobre el título que he utilizado para este texto y en particular para la frase “Pensar en medio de la tormenta”. Tal título lo usó Jesús Martín Barbero para una publicación suya, junto a otros autores, sobre los imaginarios de nación, en Colombia, al iniciarse el siglo XXI.

Cuando rescato este título y lo uso en este trabajo, sencillamente dejo constancia que la reflexión intelectual y el trabajo académico se ha realizado en Venezuela en medio de una verdadera tormenta, en las primeras décadas del siglo XXI. El país, la sociedad, las universidades, los centros de pensamiento, todos de una manera u otra han estado en medio de una tormenta de conflictividad política y social, de agudización de las brechas, de confrontación a veces abierta y otras soterrada.

Aun así, tenemos evidencias precisamente en este texto de cómo se ha investigado y reflexionado sobre la comunicación política, de cómo se ha escrito sobre sus diferentes tópicos. A fin de cuentas, a pesar de la tormenta se ha logrado pensar.

**ANDRÉS CAÑIZÁLEZ**

**Investigador titular de la Universidad Católica Andrés Bello. Doctor en Ciencia Política por la USB. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.**

### Referencias artículos publicados en Venezuela 2000-2018

- ABREU SOJO, I. (2002): “Graffiti en la V República”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 119. Pag. (96-107).
- \_\_\_\_\_ (2008): “Notas sobre la propaganda chavista”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141. Pag. (80-93).
- \_\_\_\_\_ (2011): “Elecciones parlamentarias: ¿punto de inflexión o más de lo mismo? En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 153. Pag. (36-38).
- ACOSTA, Y. (2011): “La risa del ministro Izarra ante las cifras de violencia en Venezuela. Una propuesta de análisis de discurso”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N°156. Pag. (78-87).
- ACOSTA, D. (2015): “Poder, petróleo y medios de comunicación en Venezuela”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N°170. Pag. (77-80).
- AGUIRRE, J. M. (2009): “El proceso político bolivariano en la revista *Comunicación* (1998-2008)”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N°147. Pag. (59-65).
- ALFARO MORENO, R. (2001): “Trances y apremios para construir ciudadanía: repensar la política y la comunicación”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N°115. Pag. (28-35).
- ANDERSSON, T. (2008): “Referéndum constitucional: información equilibrada en tres de siete canales de televisión”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141°. Pag. (46-56).
- ANDRADE, P. (2009): “El discurso político a través de la prensa veracruzana”. En: *Temas de Comunicación*, N° 19. Pag. 119.
- ANDUEZA, Y. (2018): “El Servicio de Información Pública. Un invento para informar sobre la marcha”. En: *Anuario Ininco*, Vol 29, Nro2. Pag. (74-83).
- ANTILLANO, P. (2002): “El periodismo venezolano sucumbe a la política”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N°144. Pag. (22-25).
- APONTE, A. (2008): “Nivel de consonancia existente en tres medios periodísticos latinoamericanos sobre la liberación de Ingrid Betancourt”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N°147. Pag. (59-66).
- ASCANIO, R. (2013): “La responsabilidad social desde una perspectiva comunicacional”. En: *Temas de Comunicación*, N° 26 Pag. (49-64).
- BACALAO, M. (2009): “Opinión pública en Venezuela ¿Hay razones para la esperanza?”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 147. Pag. (12-16).
- BENÍTEZ, José Fernando (2008): “Líneas gubernamentales en medios alternativos y comunitarios”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 144. Pag. (74-82).
- BERMÚDEZ, E. (2007): “Libertad de expresión y hegemonía en Venezuela. De la hegemonía de los medios a la hegemonía del Estado”. En: *Quórum Académico*. Vol.4, N°2. Pag. (42-60).



- BERNETE, F; VALECILLOS, C. (2007): “La representación del pasado en los discursos de los presidentes venezolanos: José Tadeo Monagas, Rómulo Betancourt y Hugo Chávez”. En: *Quórum Académico*. Vol. 14 N° 1. Pag. (15-37).
- BISBAL, M. (2009): “Telesur: ¿concreción de un proyecto comunicacional-político regional?”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 146. Pag. (66-75).
- \_\_\_\_\_ (2003): “Sociedad civil, comunicación y política en el contexto venezolano”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 121. Pag. (65-75).
- \_\_\_\_\_ (2006): “El Estado-comunicador y su especificidad: diagnóstico inacabado y estrategias”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 134. Pag. (60-73).
- \_\_\_\_\_ (2006): “Breves referencias al fragor de tiempos electorales”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 135. Pag. (90-97).
- \_\_\_\_\_ (2008): “De la nueva política comunicacional a la desmesura del poder”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141. Pag. (70-79).
- \_\_\_\_\_ (2008): “Lo electoral en las Regionales 2008. Diez notas para un debate político y comunicacional sobre las elecciones regionales del 23 N°”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 145. Pag. (70-79).
- BOSC-BIERNE, C; CAÑIZÁLEZ, A. (2014): “Venezuela: las elecciones presidenciales 2012 desde los medios”. En: *Anuario Ininco*, N° 1, Vol. 26, Pag. (129-159).
- BOTÍA, A. (2005): “De la batalla mediática a la guerra ideológica”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 130. Pag. (30-35).
- BUJANDA, H. (2006): “Politización y espacios de poder: la transfiguración del Estado y la comunicación”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 139. Pag. (4-9).
- \_\_\_\_\_ (2008): “El reencantamiento del mundo: identificación e intersubjetividad en los procesos comunicacionales”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 143. Pag. (47-52).
- BUSTAMANTE, E. (2009): “Derecho a la libertad de expresión e información”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 145. Pag. (47-52).
- CANELÓN, A. (2013): “Una campaña de muerte súbita. Elecciones presidenciales 14-A”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141. Pag. (18-30).
- \_\_\_\_\_ (2010): “Las empresas del Estado en la revolución bolivariana: una visión del *corporate* desde la gestión pública”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 138. Pag. (48-57).
- \_\_\_\_\_ (2012): “Publicidad camino a la presidencia: 2012 kilómetros de alta tensión electoral”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 159-160. Pag. (105-119).
- \_\_\_\_\_ (2008): “Estado socialista con marca bolivariana”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141. Pag. (27-35).
- CAÑIZÁLEZ, A. (2004): “Medios y constitución de lo público”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 126. Pag. (32-39).
- \_\_\_\_\_ (2004): “Apuntes sobre medios y periodistas en una sociedad polarizada”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 127. Pag. (14-18).
- \_\_\_\_\_ (2006): “Medios y política: ¿nuevos o viejos actores?”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 134. Pag. (40-45).
- \_\_\_\_\_ (2006): “La batalla es simbólica. Uso de la historia en la confrontación actual”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 135. Pag. (104-108).
- \_\_\_\_\_ (2013): “Globovisión, símbolo de una época”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 137. Pag. (6-7).
- \_\_\_\_\_ (2016): “¿Qué entendemos por políticas públicas de comunicación?”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 137. Pag. (29-35).
- \_\_\_\_\_ (2018): “Periodismo y poder en la Revolución Bolivariana (1999-2001)”. En: *Quórum Académico*, Vol. 15 N° 2. Pag. (93-107).
- CAPRILES, O. (2015): “¿Política de comunicación o comunicación alternativa? En: *Anuario Ininco*. N° 1, Vol. 27. Pag. (21-41).
- CÁRDENAS, Ruiz J. (2014): “¿El tal paro agrario nacional no existe? Análisis del cubrimiento mediático y las rutinas de comunicación política en las movilizaciones campesinas en Colombia”. En: *Temas de Comunicación*, N° 28. Pag. (55-77).
- CASALS, J. (2011): “La libertad de opinión y la libertad de expresión”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 135. Pag. (62-67).
- CASTILLO ESPARCIA, A.; ALMANSA, A. (2011): “Interacciones comunicativas entre lobbies, sistema político y medios de comunicación”. En: *Temas de Comunicación*, N° 23. Pag. (67-87).
- CENTENO MALDONADO, J; MARTÍNEZ GUERRA, C. (2014): “Análisis de contenido de la sección Las mangas del chaleco del noticiero Televisa durante el proceso de campaña presidencial México 2012”. En: *Anuario Ininco*, N° 1, Vol. 26. Pag. (161-182).
- CHIRINOS, M. (2014): “El discurso oficial y las protestas: abono para el conflicto”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 166. Pag. (55-59).
- COLINA, M.; OLIVA, G. (2005): “Análisis comparativo de dos diarios zulianos ante la crisis política venezolana de 2002”. En: *Quórum Académico*, Vol. 2 N° 1. Pag. (99-120).
- COLINA, M. (2017): “La comunicación, los medios y la democracia en la construcción de un paradigma participativo”. En: *Quórum Académico*, Vol. 14 N° 1. Pag. (41-63).
- CONDE, J.; PÉREZ, M. y PINO, E. (2011): “La rebelión de los naufragos en voz alta”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 159. Pag. (119-123).
- CÓRDOVA, G. (2003): “Medios y crisis política: El caso ecuatoriano”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 121. Pag. (28-33).
- CORREA, C. (2006): “Las cadenas oficiales 1999-2005: ¿censura o información?”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 134. Pag. (17-21).
- CORREDOR, M. (2003): “De la retórica a la ciberpolítica”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 121. Pag. (4-9).

- CUADRA, A. (2009): "La comunicación política en la era digital: a propósito de la irrupción de Barack Obama". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 145. Pag. (22-32).
- CUENCA, G. (2017): "Democracia, Periodismo y Crisis". En: *Anuario Ininco*, Vol. 29, Nro. 2, Pag. (103-118).
- DAZA TAPIA, A. (2013): "Josep María Carbonell: sin democracia no hay regulación posible". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 163-164. Pag. (138-140).
- De CASTILHO, A; GONDO, R. y SALLES, M. (2012): "La cultura de la votación electrónica en Brasil: contribución de la tecnología para la democracia y la comunicación política". En: *Temas de Comunicación*, N°25. Pag. (144- 163).
- De la NUEZ S. Normativitis aguda: ahora la contienda es jurídica. (2005). *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*, N° 130. Pag. (24-29).
- De la NUEZ, S. (2009): "Balance de diez años en comunicación". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 147. Pag. (96-100).
- De la TORRE, L.; DILLON, A. (2012): "Los políticos, las redes sociales y el periodismo en Argentina". En: *Temas de Comunicación*, N°24. Pag. (79-96).
- De los REYES, D. (2004): "Ética y comunicación". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 126. Pag. (20-25).
- DELGADO FLORES, C. (2008): "Una lectura estética del 2-D". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141. Pag. (37-45).
- \_\_\_\_\_ (2005): "William Castillo: 'un ministerio para la Pax mediática'". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 129. Pag. (72-79).
- \_\_\_\_\_ (2006): "La gestión comunicacional en la administración Chávez: de la dominación mediática al control estatal". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 134. Pag. (11-14).
- \_\_\_\_\_ (2007): "Dos intentos para una radio televisión de servicio público en Venezuela". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 139. Pag. (12-17).
- \_\_\_\_\_ (2008): "El gremio que vino del frío: la institucionalidad del país pugna por restablecerse luego de 12 años de crisis". En: revista *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*, N° 144. Pag. (52-55).
- \_\_\_\_\_ (2016): "¿Hay guerra en nuestras mentes? Formas diferenciales de encuadramiento social en la comunicación venezolana actual". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N°176. Pag. (115-126).
- DEMARCHI, C. (2017): "Democratización y la regulación de la televisión terrestre en Brasil". En: *Quórum Académico*, Vol. 14 N° 2. Pag. (122-137).
- DESIATO, M. (2000): "Intelectuales y el periodismo de Gramsci". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 111. Pag. (68-73).
- DÍAZ, L. (2007): "Una elección en tres dimensiones: el relato de los Infocidadanos". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 138. Pag. (32-37).
- DÍAZ, Z.; MÁRQUEZ-FERNÁNDEZ, A. (2010): "El sentido social de la justicia emancipadora: solidaridad política y Estado de derecho ciudadanos". En: *Quórum Académico*, Vol. 7, N° 1. Pag. (95-116).
- DÍAZ RANGEL, E. (2003): "El sur y la comunicación, ¿una relación de dependencia?". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N°124. Pag. (34-39).
- \_\_\_\_\_ (2004): "El poder de los medios. Un recorrido a saltos por sus relaciones con el poder político". En: *Quórum Académico*, Vol. 1, N° 1. Pag. (99-110).
- ESTEINOU, J. (2005): "El rescate del Informe Mac Bride". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 132. Pag. (61-64).
- FERNÁNDEZ, S.; MOLERO, L. (2006): "Estilo periodístico vs. Estrategias ideológicas en las noticias políticas". En: *Quórum Académico*, Vol. 3, N° 1. Pag. (53 - 76).
- FUENZALIDA, V. (2008): "La función política de la televisión". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 143. Pag. (30-38).
- GARCÍA, A. (2006): "Las agendas temáticas de Aló Presidente y El Nacional". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 134. Pag. (74-86).
- GARCÍA PEÑA, E. (2008): "Reflexiones políticas de dos universitarios: Miguel José Sanz y José Domingo Díaz en el *Semanario de Caracas* (1810-1811)". En: *Temas de Comunicación*, Pag. (35-54).
- GEOFFRAY, M.; CHAGUACEDA, A. (2014): "Medios de comunicación y cambios en la política de información en Cuba desde 1959". En: *Temas de Comunicación*, N° 29. Pag. 171-196.
- GONCALVES, N. (2009): "Desafío de la libertad de expresión en América Latina". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 145. Pag. (68-75).
- GRUPO DE DIARIOS AMÉRICA (2010): "Cercos a la libertad de expresión en la región". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 149. Pag. (38-40).
- GUZMÁN CÁRDENAS, C. (2000): "Topografía del poliédrico mercado cultural y comunicacional en Venezuela". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 109. Pag. (50-57).
- \_\_\_\_\_ (2005): "La cultura política del venezolano". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 130. Pag. (60-75).
- \_\_\_\_\_ (2013): "Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y Perspectivas". En: *Anuario Ininco*, N° 1, Vol. 25. Pag. (225-270).
- HERNÁNDEZ, J. (2016): "Fundamentos epistemológicos para el estudio de la violencia desde la comunicación". En: *Quórum Académico*, Vol. 13 N° 1. Pag. (126-137).
- HERNÁNDEZ, G. (2006): "Hegemonía gubernamental y comunicacional en Venezuela". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 134. Pag. (22-30).
- \_\_\_\_\_ (2016): "Asamblea comunicacional". En: revista *Comunicación. estudios venezolanos de comunicación*, N°173. Pag. (37-40).
- \_\_\_\_\_ (2009): "¿Políticas públicas de comunicación en Venezuela?". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 146. Pag. (37-40).
- HERRERA, K. (2009): "Evo Morales y la comunicación gubernamental: ¿Búsqueda de consensos o confrontación propagandística?". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 145. Pag. (58-67).

- HORACIO, L. (2009): “Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos”. En: *Temas de Comunicación*, N° 18, Pag. (197-206).
- JIMÉNEZ, J.; ORTIZ, Z. (2018): “Comportamiento de los habitantes de Barranquilla frente a la gestión pública electrónica”. En: *Quórum Académico*, Vol. 15 N° 2, Pag. (70-90).
- JONES, R. (2007): “Hora de salida: en Venezuela, un periódico ilustra una mala tendencia”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 139. Pag. (42-45).
- LANZ, R. (2012): “Paradigma de la política”. En: *Quórum Académico*, Vol. 9, Núm. 1. Pag. (107-151).
- LATOUCHE, M. (2007): “Acerca de la construcción de lo público en una sociedad democrática: una perspectiva dialógica”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 139. Pag. (4-10).
- \_\_\_\_\_ (2009): “Discusión pública y libertad de expresión. Aportes para una conceptualización de la democracia”. En: *Anuario Ininco*, N° 2, Vol. 21. Pag. (117-129).
- LEÓN, J. (2014): “La comunicación alternativa: memoria, territorio y política en los sectores populares”. En: *Quórum Académico*, Vol. 11, N° 2. Pag. (262-276).
- \_\_\_\_\_ (2017): “Etimología subversiva del verbo ‘comunicar’”. En: *Quórum Académico*, Vol. 14 N° 1. Pag. (115-125).
- LOPES, S.; NERCOLINI, M. (2010): “El tercer sector en el comando de las TV educativas en Brasil: relaciones entre política, mercado y religión”. En: *Quórum Académico*, Vol. 7, N° 1. Pag. (47-64).
- LOZANO, M.; SICERONE, D. (2018): “El cognitariado en el marco de la gubernamentalidad neoliberal”. En: *Quórum Académico*, Vol. 15, Núm. 2. Pag. (28-40).
- MADRIZ, M. (2015): “Hacer con las manos, deshacer con los pies 15 años de medios comunitarios en Venezuela (1999-2015)”. En: *Anuario Ininco*, Vol 27, No 1. Pag. (49-92).
- MARACARA, C. (2001): “Nación y tradición massmediática: la obra de Carlos Monsiváis”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 114. Pag. (52-63).
- MÁRQUEZ-FERNÁNDEZ, A. (2007): “Discurso político, opinión pública y medios de comunicación en Venezuela”. En: *Quórum Académico*, Vol. 4, Núm. 2. Pag. (11-31).
- MARTÍNEZ, J.; SOUKUP, Paul. (2015): “Comunicación política”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 169. Pag. (74-81).
- MARTÍNEZ, E. (2009): “Lo electoral en las Regionales 2008. Campañas dominadas por el miedo”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 145. Pag. (88-96).
- MEDELLÍN, P.; SALINAS, O. (2006): “Balance electoral 2006: la consolidación del personalismo presidencialista”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 135. Pag. (101-103).
- MIQUILENA, M.; OLLARVES, M. (2012): “Política y estrategias de comunicación en la internacionalización de los doctorados de la Universidad del Zulia”. En: *Quórum Académico*, Vol. 9, N° 1. Pag. (69 – 85).
- MOLEIRO, A. (2004): “Traigan de vuelta a los periodistas (y al periodismo)”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 127. Pag. (10-13).
- MOLERO, L.; FERNÁNDEZ, S. (2004): “Léxico y poder: recursos morfológicos en el discurso político venezolano”. En: *Quórum Académico*, Vol. 1, Núm. 2. Pag. (33-48).
- MOLINA, H. (2008): “Resimbolizar el chavismo religioso”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141. Pag. (18-24).
- MORALES, E.; MÉNDEZ, A. (2005): “Política, poder y comunicación: una visión desde América Latina”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 129. Pag. (64-71).
- MORALES, M.; PEREIRA, J. (2003): “La política informativa del gobierno de Hugo Chávez”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 121. Pag. (52-63).
- MOREIRA, G. (2011): “Democracia WiFi: Dinámicas de la política y la comunicación en la era digital”. En: *Quórum Académico*, Vol. 8, Núm. 16. Pag. (183 – 208).
- NICODEMO, P. (2007): “¿Son confiables las encuestas electorales en Venezuela?”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 130. Pag. (60-68).
- NIKKEN, P. (2011): “El nuevo contexto político del país”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 153. Pag. (45-47).
- OLIVA, G. (2017): “Los consejos comunales, sus prácticas comunicativas y la democracia participativa”. En: *Quórum Académico*, Vol. 14, Núm. 1. Pag. 64-86.
- ORDÓÑEZ, L. (2008): “El comunicador político: retos y responsabilidades en una era de transición”. En: *Temas de Comunicación*, Núm. 16. (37-55).
- \_\_\_\_\_ (2005): “La incomunicación organizacional de los partidos venezolanos”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 130. Pag. (36-43).
- PADILLA, A. (2001): “Comunicación y política en el ciberespacio: Chiapas mediático”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 115. Pag. (4-13).
- PARRA, L. N. (2009): “Guerra mediática en Venezuela y revolución”. En: *Quórum Académico*, Vol. 6, Núm. 1. Pag. (136-159).
- PELLEGRINO, F. (2012): “Encuestas ¿dónde está la verdad?”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 159-160. Pag. (86-98).
- \_\_\_\_\_ (2013): “La política venezolana y la construcción de mayorías: más allá de lo electoral”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 160. Pag. (106-115).
- PÉREZ DAZA, J. (2013): “Comunicación internacional como estrategia de política exterior –un acercamiento a partir del concepto de *soft power*–”. En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 163-164. Pag. (34-38).
- \_\_\_\_\_ (2015): “Televisión comunitaria en Venezuela: definiciones y ambigüedades en torno a la participación ciudadana y las audiencias”. En: *Anuario Ininco*, Vol 27, No 1. Pag. (93-116).
- PÉREZ, D.; RUIZ, Ma. (2005): “Carmen Clemente Travieso, periodista: portavoz de los problemas sociales de Venezuela”. En: *Temas de Comunicación*, N° 12. Pag. (73-90).
- PÉREZ, V. Internet y su influencia en la opinión política de los venezolanos. (2009). Revista *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 147. Pag. (78-85).

- PINEDA, M. (2013): "El papel del Estado y la participación ciudadana en las políticas de comunicación y cultura en América Latina frente a los retos de la era digital". En: *Anuario Ininco*, Vol 25, No 1. Pag. (295-307).
- QUERO, J. (2008): "Sobredosis de propaganda". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141. Pag. (12-17).
- QUIÑONES, R. (2012): "Medios y política en Venezuela. Situación para el 2011". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 158. Pag. (28-35).
- \_\_\_\_\_ (2009): "Lo electoral en las Regionales 2008. Elecciones regionales 2008: un análisis socio-político de la jornada electoral". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 145. Pag. (98-102).
- \_\_\_\_\_ (2014): "El Plan de La Patria. Cultura, comunicación, ciencia y tecnología". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 166. Pag. (6-11).
- \_\_\_\_\_ (2015): "Memoria y Cuenta del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (Análisis)". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 170. Pag. (6-12).
- \_\_\_\_\_ (2015): "Medios e información libre. Desde una nueva legislación". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 169. Pag. (9-13).
- RAMOS, A. (2009): "Populismo del siglo XXI". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 135. Pag. (109-110).
- RAMOS, M. (2007): "Cultura y totalitarismo: afirmación o negación de la persona". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 138. Pag. (4-10).
- REY, J. (2001): "Otro mundo es posible". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 116. Pag. (4-9).
- \_\_\_\_\_ (2015): "Comunicación Alternativa: apuntes para una agenda". En: *Anuario Ininco*, N° 1, Vol. 27. Pag. (43-47).
- RITA, T. (2009): "Partidos políticos venezolanos en la Web 2.0 ¿miHugoChávez.com o miOposición.com?". En: *Temas de Comunicación*, N° 18. Pag. (175-193).
- RONDÓN, E. (2008): "Los vaivenes de la opinión pública en la política de estos tiempos". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 141. Pag. (4-10).
- ROSILLÓN, L. (2018): "La huella de la descuidanía en las agendas periodísticas". En: *Quórum Académico*, Vol. 15, Núm. 1. Pag. (67-85).
- RUIZ, F. (2010): "Cinco flechas contra el periodismo". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 149. Pag. (4-10).
- SÁNCHEZ, E. (2005): "La política en las categorías de análisis: mitos y realidades sobre la globalización, la integración y la identidad". En: *Quórum Académico*, Vol. 2, N° 1. Pag. (11-34).
- SARLO, B. (2000): "Sensibilidad, cultura y política: el cambio de siglo". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 112. Pag. (40-46).
- SUÁREZ, C. (2016): "José Martí y la comunicación de la política en su oratoria". En: *Quórum Académico*, Vol. 13, N° 2. Pag. (292-311).
- TORREALBA, M. (2008): "La investigación oculta. Arqueo de Tesis de Pregrado y Postgrado en la UCV, UCAB y USB entre 1998 y 2007 sobre la relación comunicación y política". En: *Temas de Comunicación*, N° 16. Pag. (154-177).
- \_\_\_\_\_ (2009): "Estructura y funcionamiento del sistema mediático de Venezuela en datos". En: *Anuario Ininco*, Vol 21, No 2. Pag. (147-171).
- TORREALBA, L. (2012): "Diagnóstico de la televisión de señal abierta en Venezuela 2001-2008". En: *Anuario Ininco*, Vol. 24, N° 1.
- TORRES, R. (2018): "La comunicación en la humanización de la frontera venezolana-colombiana en el estado Zulia". En: *Quórum Académico*, Vol. 15 N° 1. Pag. (86-101).
- VAN DIJK, Teun A. (2005): "Política, ideología y discurso". En: *Quórum Académico*, Vol. 2, N° 2. Pag. (15-47).
- VANOLLI, H. (2016): "Políticas de comunicación, medios y periodismo: lecciones aprendidas en el caso venezolano". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 175. Pag. (30-39).
- VÁSQUEZ, A. (2014): "El Ministerio de Comunicación utiliza 65 % de sus recursos en propaganda oficial". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 165. Pag. (22-24).
- VELASCO, A. (2000): "Modelos sobre estrategias de comunicación electoral". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 109. Pag. (64-71).
- VELÁZQUEZ, A. (2008): "José Martí y la comunicación. Análisis de su discurso de 1887 en homenaje al 10 de octubre de 1868". En: *Quórum Académico*, Vol. 5, N° 1. Pag. (131 – 142).
- VERGARA, J. (2005): "La concepción de la democracia deliberativa de Habermas". En: *Quórum Académico*, Vol. 2, N° 2. Pag. (72-88).
- VEZGA, L. (2002): "Gestión para una Venezuela diferente". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 119. Pag. (46-51).
- VILLALOBOS, O. (2018): "Poderes, saberes y querer (2017)". En: *Quórum Académico*, Vol. 15, N° 1. Pag. (151-155).
- WAISBORD, S. (2007): "¿Dónde está la comunicación en las metas del milenio de la ONU?". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 137. Pag. (10-14).
- YORIS-VILLASANA, C. (2011): "¿Dialogando sin argumentos?". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 153. Pag. (12-15).
- ZAMBRANO, A. (2011): "Carlos Fernando Chamorro: la relación entre prensa y poder debe ser conflictiva". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° 156. Pag. (117-119).
- ZULOAGA, G. (2013): "Carta del presidente de Globovisión a los trabajadores de la televisora". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, N° . Pag. (8).



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Alain Schroeder (Reporters).



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Thomas P. Peschak.

# Situación general del derecho a la libertad de expresión en Venezuela

(ENERO-DICIEMBRE DE 2018)

## ESPACIO PÚBLICO

La libertad de comunicar y la libertad de expresión sigue siendo en nuestro país un tema de conflicto y de profundas amenazas no solo para los periodistas, sino también para la industria de los medios de comunicación. Una vez más, la organización Espacio Público nos presenta su acostumbrado informe acerca de la situación del derecho a la libertad de expresión. Nos apunta, como preámbulo del informe, que entre enero y diciembre de 2018, se registraron 387 casos/situaciones en los que se vulneró el derecho a la libertad de expresión, lo que representa un total de 608 violaciones al derecho.

**ABSTRACT** *The freedom to communicate and freedom of expression remains in our country a matter of conflict and profound threats not only for journalists, but also for the media industry. Once again, the organization Espacio Público presents its customary report on the situation of the right to freedom of expression. As a preamble to the report, it is noted that between January and December 2018, 387 cases/situations were registered in which the right to freedom of expression was violated, which represents a total of 608 violations of the law.*

Entre enero y diciembre de 2018, se registraron 387 casos/situaciones<sup>1</sup> en los que se vulneró el derecho a la libertad de expresión, lo que representa un total de 608 violaciones al derecho. Esto representa una reducción del 45 % de los casos y de 41 % en las violaciones respecto al 2017. Sin embargo, el 2018 se ubica como el segundo periodo con mayor cantidad de casos, al desplazar al 2014 que registró

350 situaciones en un tiempo de alta conflictividad social y política.

El impedimento de cobertura en la calle a través del desalojo, las detenciones arbitrarias, y el enfrentamiento que algunas veces escala en agresiones, se sostiene como patrón regular, con especial incidencia en periodos de alta tensión social o política. En mayo se llevó a cabo un acto electoral convocado por la ilegítima asamblea

**Exponer los alcances de la crisis tiene un alto costo para los funcionarios y trabajadores que denuncian la situación. Unas 52 personas del sector público fueron detenidas o retenidas (...)**

nacional constituyente, evento que no cumplió con las condiciones básicas para un proceso libre, universal, auténtico y democrático; esto recrudesció el panorama de la crisis política, empeoró la situación social y económica, ante la ausencia de condiciones y voluntad política para la ejecución de medidas correctivas eficientes. En agosto se aplicaron las medidas económicas por parte del Ejecutivo nacional que implicó un aumento salarial del 5.900 %, lo que se tradujo en el cierre de empresas por la incapacidad de pagar los sueldos, entre ellas al menos doce medios de comunicación.

De acuerdo a la Asamblea Nacional, la inflación anual se ubicó en 1.698.488,2 %. Los resultados preliminares de la *Encuesta de condiciones de vida (Encovi)* 2018 señalaron que la cantidad de hogares pobres se elevó a 48 %, mientras que el 94 % de las personas indicaron que sus ingresos son insuficientes para cubrir sus necesi-

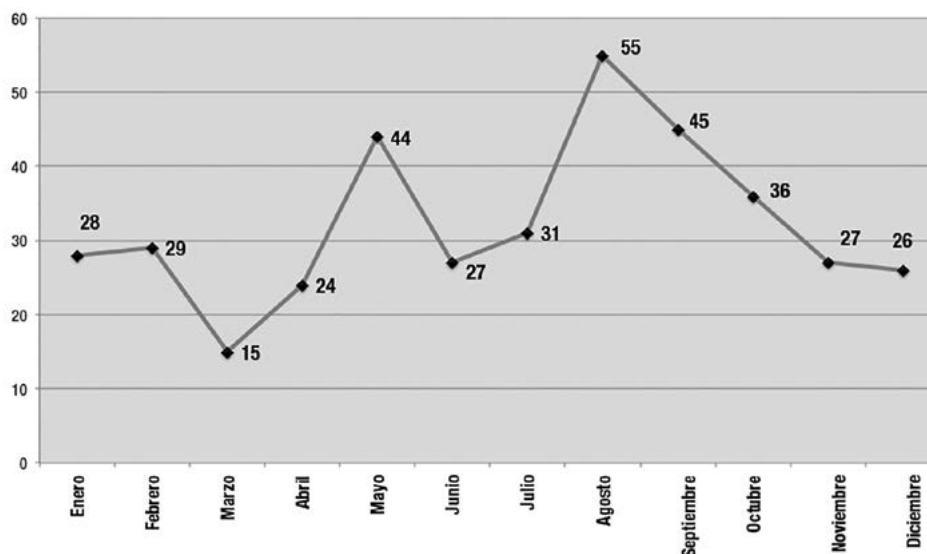
dades y costos de vida. La opacidad en el acceso a la información pública impide conocer las reales dimensiones estructurales de la crisis. Desde el año 2015, el Banco Central de Venezuela no publica oficialmente las cifras de inflación o escasez, año en que también inició la emergencia humanitaria compleja<sup>2</sup> traducida en un sistema público deteriorado, la reaparición de enfermedades que habían sido erradicadas, la muerte de personas por falta de medicinas o asistencia médica adecuada y el aumento del riesgo de los pacientes con enfermedades crónicas<sup>3</sup>.

Exponer los alcances de la crisis tiene un alto costo para los funcionarios y trabajadores que denuncian la situación. Unas 52 personas del sector público fueron detenidas o retenidas, veintidós de estos funcionarios, en su mayoría militares de la Guardia Nacional Bolivariana, diecinueve son empleados de diferentes entes y diez laboran en el sector salud. El sector público representa el 40 % del total de detenidos por ejercer su derecho a la libertad de expresión en 2018.

**CUADRO 1**  
NÚMERO DE CASOS / SITUACIONES POR AÑO

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
138	110	141	121	106	126	120	246	159	139	169	220	350	237	266	708	387

**GRÁFICO 1**  
NÚMERO DE CASOS / SITUACIONES POR MES





**VIOLENCIA FÍSICA**

**Intimidación, agresión y ataque**

Limitaciones ilegítimas para realizar la cobertura, el desalojo de lugares e instituciones públicas, agresiones físicas contra reporteros y trabajadores de la prensa, detenciones arbitrarias, retenciones y requisas por el hecho de buscar información, revisión, confiscación o robo de equipos y material, ataques a sedes de medios de comunicación. Estas acciones suman 284 violaciones a la libertad de expresión.

**Persecución de trabajadores públicos**

La incidencia de manifestaciones y reclamos, en especial en entidades públicas: hospitales, industria eléctrica y petrolera e instituciones administrativas, fue reprimida por los cuerpos de seguridad, trabajadores públicos de mayor jerarquía e incluso grupos de civiles armados que actúan bajo la abierta omisión de las fuerzas de seguridad durante movilizaciones o protestas. Un total de 130 personas fueron detenidas<sup>4</sup> o retenidas<sup>5</sup> en su intento por buscar, recibir o difundir informaciones o ideas durante el año 2018; el 40 % (52) acumula a personas que laboran en el sector público, entre empleados, funcionarios y trabajadores de la salud, el 36 % (47) son periodistas o reporteros durante coberturas informativas.

Al menos 78 personas que laboran en la administración pública a diversos niveles fueron perseguidas, amenazadas, hostigadas e incluso detenidas por exponer sus denuncias y dejar en evidencia la precariedad de los servicios públicos de gestión gubernamental.

Las agresiones (lesiones físicas) y ataques contra sedes o propiedades de medios de comunicación incluyeron al menos cuatro atentados y diez robos de sedes de prensa y gremiales en doce estados del país<sup>6</sup>. Esto incluye un atentado contra el presidente del Colegio de Enfermeros del estado Barinas, Tomás Salazar<sup>7</sup>.

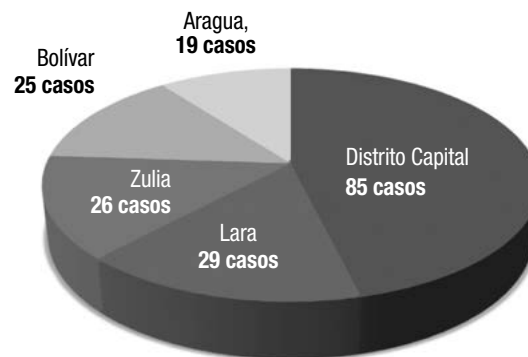
El 37 % de las víctimas son periodistas o reporteros; 137 medios de comunicación, la mayoría de estos se vieron impedidos en su circulación (por escasez de papel) o en su difusión, por bloqueos de sitios web o ataques informá-

**CUADRO 2**  
VIOLACIONES POR TIPO

VIOLACIONES POR TIPO	TOTAL	%
Intimidación	245	40,30
Censura	170	27,96
Restricciones administrativas	69	11,35
Hostigamiento verbal	41	6,74
Hostigamiento judicial	28	4,61
Ataque	20	3,29
Agresión	19	3,13
Amenaza	15	2,47
Muerte	1	0,16
<b>Total</b>	<b>608</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO 2**

LOS CINCO ESTADOS CON MAYOR CANTIDAD DE DENUNCIAS DE VIOLACIONES A LA LIBRE EXPRESIÓN



ticos de plataformas<sup>8</sup>, así como por atentados contra sedes físicas, en los estados Táchira<sup>9</sup>, Zulia<sup>10</sup>, Cojedes<sup>11</sup> y Miranda<sup>12</sup>.

En la mayoría de los casos, los cuerpos de seguridad arremeten contra reporteros durante la cobertura de calle, en particular durante manifestaciones públicas. El Servicio Bolivariano de Inteligencia Nacional (Sebin) realizó allanamientos, sin orden judicial<sup>13</sup>, así como visitas en centros hospitalarios tras la denuncia de casos graves, producto de la crisis alimentaria<sup>14</sup>.

- El 17 de abril, el camarógrafo de la televisora NVHTV, Marvin Betancourt fue golpeado por tres escoltas de la secretaría de Gobierno

durante la cobertura de protestas en el Hospital Universitario Antonio Patricio de Alcalá de Cumaná, estado Sucre, al oriente del país. Betancourt recibió un puñetazo en el ojo y varias patadas mientras tomaba las declaraciones de los familiares y pacientes que aprovecharon el recorrido para expresar su descontento por las condiciones del Hospital<sup>15</sup>.

**La escasez generalizada de papel prensa desde el año 2013, tras la monopolización de la distribución del insumo por parte de la empresa estatal, Complejo Editorial Alfredo Maneiro, implica el cese de circulación de medios impresos, en especial de aquellos que manejan una línea editorial crítica o independiente del Gobierno nacional.**

- El 24 de septiembre, el periodista Isnardo Bravo fue detenido por el personal del Servicio de Administración de Identificación, Migración y Extranjería (Saime) mientras se disponía a viajar fuera del país con su hija. Los agentes del Saime le notificaron que tenía prohibición de salida del país y que debía esperar por funcionarios de la Dirección de Contrainteligencia Militar (DGCIM) para que le tomaran una declaración. Bravo fue trasladado a la sede de la DGCIM ubicada en Boleíta, en donde permaneció detenido hasta horas de la tarde, cuando fue liberado ocho horas después. Bravo indicó que el motivo de la detención fue declarar en calidad de testigo sobre el caso del ex inspector del Cuerpo de Investigaciones Científicas Penales y Criminalísticas (CICPC), Oscar Pérez. El periodista fue obligado a firmar una caución que le prohíbe hablar o escribir sobre el caso de Pérez.
- En la madrugada del 14 de diciembre, la televisora comunitaria *Afro TV*, ubicada en San José de Barlovento, en el estado Miranda, al norte del país, fue robada e incendiada. Los delincuentes se llevaron las cámaras, computadoras, consolas, *switcheras*, fotocopidora y micrófonos del master de la planta televisiva e incendiaron la sede del canal ubicada en el segundo piso del edificio Ceiba. El siniestro acabó con los archivos audiovisuales que el medio viene registrando desde el año 2010. Desde su creación hace ocho años, el canal denuncia situaciones de exclusión contra sectores afrodescendientes<sup>16</sup>.

**CUADRO 3**  
**VÍCTIMAS POR OCUPACIÓN**

VÍCTIMAS	TOTAL	%
Periodista / reportero	178	37,79
Medio de comunicación	137	29,09
Trabajador público	30	6,37
Funcionario / Institución pública	29	6,16
Particular	25	5,31
Trabajadores de la salud	19	4,03
Reportero gráfico	17	3,61
(Info) ciudadanía	10	2,12
Camarógrafo / Técnico	8	1,70
Miembro /ONG / Activista	8	1,70
Miembros de la Iglesia	5	1,06
Conductor	3	0,64
Caricaturista	2	0,42
<b>Total</b>	<b>471</b>	<b>100</b>

## VIOLENCIA INSTITUCIONAL

### **Censura, hostigamiento judicial, restricciones legales y administrativas**

La censura estuvo vinculada al cese de circulación de impresos por escasez de insumos, impedimento de cobertura por parte de funcionarios, en especial durante manifestaciones públicas, exhortos<sup>17</sup> y sanciones por parte de Conatel, así como ataques cibernéticos y bloqueos a sitios web. Este tipo de restricciones totalizan 267 vulneraciones a la libre expresión.

### **Menos papel y más bloqueos**

La escasez generalizada de papel prensa desde el año 2013, tras la monopolización de la distribución del insumo por parte de la empresa estatal, Complejo Editorial Alfredo Maneiro, implica el cese de circulación de medios impresos, en especial de aquellos que manejan una línea editorial crítica o independiente del Gobierno nacional. A esto se suma la agudización de la crisis económica, lo que reduce la capacidad de los medios de comunicación, en

particular las pequeñas y medianas empresas en el interior del país, ante las dificultades impuestas por la hiperinflación, la ausencia de divisas preferenciales, y la escasez de insumos para la imprenta en Venezuela.

Al menos cuarenta medios impresos salieron de circulación de forma indefinida. De estos, diez cesaron ante la imposibilidad de sostener sueldos tras la adopción de medidas económicas anunciadas por el Ejecutivo el 20 de agosto de 2018. La agudización de la escasez de papel prensa, la crisis económica existente y más recientemente las medidas de aumento salarial, trajeron como consecuencia que sumen diez los estados del país sin periódicos: Amazonas, Apure, Barinas, Cojedes, Delta Amacuro, Falcón, Monagas, Portuguesa, Sucre y Trujillo.

Un total de 42 acciones entre bloqueos y ataques informáticos contra sitios web, medios digitales y cuentas personales de redes sociales, se registraron entre enero y diciembre de 2018. Del total de afectados (24), el 58 % (14) fueron sitios informativos, entre ellos *El Nacional Web*, *La Patilla*, *Punto de Corte*, *Crónica.Uno*, *Tal Cual*, *Armando.Info*, *Mérida Digital* y *El Pitazo*, cuyo acceso fue bloqueado por la operadora pública Cantv, al igual que las páginas de contenido sexual *Youporn*, *PornHub*, *Xvideos*. Asimismo, la operadora pública bloqueó el acceso a *Tor*, una red de comunicación anónima que sirve para evadir bloqueos. En estos últimos casos se trató de bloqueos por dirección IP, una nueva modalidad en relación a los patrones pre-

vios que implica un mayor nivel de sofisticación de cara a impedir el acceso y libre circulación de información.

La “Ley contra el odio” que, entre otras cosas, castiga las expresiones de odio hasta con veinte años de prisión, se empezó a aplicar este año. En diecinueve oportunidades el instrumento fue utilizado como mecanismo de amenaza o sanción contra trabajadores públicos<sup>18</sup>, manifestantes procesados judicialmente<sup>19</sup>, miembros de la Iglesia católica, periodistas para exhortarlos a “suavizar” su línea editorial cuando abordan temas que evidencian la crisis social, y contra medios digitales.

A continuación tres casos que dan cuenta del patrón de violencia institucional:

- ▶ En marzo de 2018 el *Diario Última Hora*, del estado Portuguesa, anunció el cese de circulación los domingos por escasez de papel periódico. Para el 30 de mayo, se bajó la frecuencia de circulación a cinco días a la semana. A principios de agosto, dejó de circular de forma indefinida ante la imposibilidad de conseguir los insumos para la impresión; entre las causas el medio señaló la falta de dinero en efectivo para la compra del impreso por parte de los lectores; la falta de transporte generalizado, lo que limitó la distribución del medio y la falta de recurso humano por la migración de personal calificado. Finalmente, el 23 de agosto el medio dejó de funcionar incluso en la web ante la imposibilidad de asumir las consecuencias del aumento salarial decretado por el Ejecutivo nacional<sup>20</sup>.
- ▶ El sitio web informativo, *Punto de Corte*, sufrió varios ataques informáticos durante el año, en los meses de febrero, abril y junio. Los administradores de la página los describen como “ingresos no autorizados desde varios servidores en paralelo con varias muestras de Ransomwares de la familia WannaCry, cuyo objetivo aparente es realizar un cifrado masivo de ficheros de información del cliente Punto de Corte Agencia de Información”. El 12 de julio el portal fue bloqueado por varias horas luego de que se publicara una entrevista realizada por Sebastiana Barráez a Luisa

**CUADRO 4**  
VICTIMARIOS POR OCUPACIÓN

VICTIMARIOS POR OCUPACIÓN	TOTAL	%
Instituciones del Estado	151	36,92
Cuerpo de seguridad	116	28,36
Funcionario (a)	45	11,00
Desconocido	36	8,80
Atacantes cibernéticos	26	6,36
Particulares	18	4,40
Grupos violentos	11	2,69
Medio de comunicación	6	1,47
<b>Total general</b>	<b>409</b>	<b>100</b>

**Las detenciones por publicaciones en redes sociales están vinculadas a contenidos que son de acceso público, opiniones o información, que cuestionan al Gobierno o revelan datos sobre la crisis (...)**

Ortega Díaz, donde esta afirma que Chávez habría fallecido el 28 de diciembre de 2012 y no el 5 de marzo de 2013, como asegura la versión oficial<sup>21</sup>.

- La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) ordenó la salida del aire de la emisora *Estudio 96.7 FM* de Barquisimeto, estado Lara. Según información confirmada por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP), la razón del cierre obedece al vencimiento de la concesión. El SNTP aseguró que la medida contra el medio, que estuvo en el aire durante treinta años, dejó a veinticuatro personas sin trabajo. Un colectivo oficialista tomó el dial tras la salida del aire de la emisora larense, con una radio constituida por afectos al Gobierno<sup>22</sup>.

### Restricciones en línea

En línea se registraron 66 violaciones a la libertad de expresión, el 62 % se tradujo en censura –por difusión restringida o impedida– de contenidos, por acciones de bloqueo (17) y ataques cibernéticos (25). Entre los medios digitales más afectados, con varios ataques, se encuentran: *El Pitazo*, *El Nacional*, *Punto de Corte* y *La Patilla*.

Las detenciones por publicaciones en redes sociales están vinculadas a contenidos que son de acceso público, opiniones o información, que cuestionan al Gobierno o revelan datos sobre la crisis social, económica y política que atraviesa el país. Entre enero y diciembre de 2018 se registraron diez casos con un total de 24 personas detenidas por el uso de redes sociales, la mayoría por publicaciones en *Twitter* y *Facebook*.

Entre los casos se encuentran:

- Yonger Rosales, un joven de 21 años, fue detenido el pasado 10 de enero en su residencia, ubicada en Caño Amarillo, al oeste de Caracas, por una comisión del Servicio Bolivariano de Inteligencia Nacional (Sebin). Su detención habría sido por formar parte de un grupo de Facebook en donde se planeaban

nuevas protestas antigubernamentales. Rosales fue liberado el 13 de junio, luego de permanecer encarcelado durante cinco meses en la sede del Sebin, en El Helicoide, Caracas. Esta liberación se gesta tras la solicitud de Nicolás Maduro a la *comisión de la verdad* de la ilegítima asamblea nacional constituyente, de la evaluación de casos “políticos”<sup>23</sup>.

- Tras la publicación de un vídeo donde divulgaba su opinión sobre la situación actual de la empresa Petróleos de Venezuela (Pdvsa), el ingeniero Argenis Prieto denunció que estaba siendo víctima de persecución por parte del Servicio Bolivariano de Inteligencia (Sebin) y que se habrían llevado detenido a su padre. El 20 de enero de 2018 el Secretario de Profesionales y Técnicos de la Federación de Trabajadores Petroleros de Venezuela, Iván Freites, informó que el padre del ingeniero de producción del campo Tía Juana de Pdvsa Occidente fue detenido en horas del mediodía por el Sebin sin que existiera una orden expedida por un tribunal. En el video, Prieto expresa su “inquietud” sobre la crisis que ha afectado la producción de Pdvsa e insta a Manuel Quevedo a revelar la verdadera situación de la petrolera venezolana y cómo esto afecta la economía de los ciudadanos<sup>24</sup>.
- El 21 de septiembre, luego de las fuertes lluvias que se registraron en el estado Apure, funcionarios de la Guardia Nacional Bolivariana (GNB) del Destacamento 351, ubicado en el puesto de Buenavista El Meta, difundieron un video en donde se evidencian las condiciones de trabajo con las que cuenta el cuerpo de seguridad en el sector. En el video, que fue difundido por redes sociales, se puede apreciar cómo las distintas áreas del Comando se encuentran anegadas, afectando las condiciones de trabajo de los funcionarios. El 25 de septiembre, los quince guardias nacionales fueron citados por sus superiores con el supuesto propósito de hacerle entrega de equipos electrodomésticos, sin embargo, fueron apresados y acusados de “traición a la Patria”, delitos que estarían contemplados en el Código Orgánico de Desobediencia Militar<sup>25</sup>.

## VIOLENCIA DISCURSIVA

### Amenaza y hostigamiento verbal

Insultos, descalificaciones contra la prensa que la ubican como adversario político; amenazas a la integridad, propiedad y familiares de periodistas e infoc Ciudadanos por la difusión o cobertura de hechos sensibles para la opinión pública. Un total de 56 violaciones fueron contabilizadas en este contexto.

- El 3 de agosto, la periodista Gabriela González se encontraba realizando la cobertura de la jornada de registro del carnet de la patria y el Censo Nacional de Transporte en la Plaza Bolívar, en el centro de la ciudad de Caracas, cuando ella y su entrevistado fueron amenazados por un grupo de civiles violentos. El señor que ofrecía su testimonio fue sorprendido por los agresores quienes le repetían que se fuera del lugar y que si continuaba declarando no lo censarían ni lo registrarían en el carnet de la patria. “Colectivos en la plaza Bolívar nos amenazan por tomar declaraciones de personas que no están de acuerdo con sacarse el carnet de la patria o censarse. No solo nos amenazaron. También amenazaron al señor que declaraba, advirtiéndole que no le sacarían el carnet ni lo censarían” informó González a través de su cuenta en Twitter<sup>26</sup>.
- El 10 de agosto, *Radio Criolla 92.9 FM*, emisora de los llanos venezolanos, hizo público el acoso ejercido por la principal autoridad del municipio Rómulo Gallegos del estado Apure, Solfredi Solórzano, quien en una participación en vivo amenaza con “darle un escarmiento a esos habladores sin oficio, debemos darles un parado” refiriéndose a los locutores de *Radio Criolla 92.9 FM*. Los voceros de la emisora hicieron responsables a las autoridades municipales de cualquier situación que atentara contra la integridad física de su personal.
- El 18 de septiembre, durante una rueda de prensa ofrecida por Nicolás Maduro, el corresponsal de *AFP*, Esteban Rojas, le preguntó al primer mandatario acerca del hecho

en el que resultaron detenidos dos miembros del cuerpo de bomberos del estado Mérida por la presunta difusión de un video en donde comparaban a Maduro con un asno<sup>27</sup>. El presidente se mostró indignado y le respondió al periodista “¿tú crees que esa es una pregunta para esta rueda de prensa?”, “¿tú eres periodista?”, “¿te graduaste dónde?”. Luego de negarse a responder la pregunta, le advirtió que estaba “fuera de nivel”. “No te voy a contestar esa pregunta. No la voy a responder”, sentenció.

El viceministro de Comunicación Internacional en Venezuela hostigó al periodista a través de su cuenta en twitter, y publicó que luego de la rueda de prensa intercambió palabras con Rojas, asegurándole a este que había “botado la rueda” al hacerle esa pregunta a Maduro. Asimismo señaló a la agencia AFP como “uno de los principales centros de información mercenaria sobre Venezuela” y que “debería mejorar sus estándares de contratación y buscar periodistas que al menos sepan hablar y lo hagan con respeto”<sup>28</sup>.

### EXIGENCIAS Y RECOMENDACIONES

El contexto nacional exige que se respete la libertad de expresión como derecho humano, a través de su promoción y garantía, para ello es necesario eliminar las barreras que puedan impedir de forma ilegítima su realización. El debate, la consideración de diversos puntos de vista, representa en Venezuela una herramienta democrática que contribuiría a la ampliación de oportunidades para la participación de las comunidades, a fin de superar la crisis nacional y recuperar la institucionalidad del país.

Reiteramos que el abandono por parte del Estado de las garantías del ejercicio del periodismo y de la protección del derecho humano a la libertad de expresión, aunado al discurso de descalificación por parte de funcionarios públicos, sostiene un contexto polarizado y hostil para el ejercicio de la comunicación, la búsqueda y difusión de información que afecta al universo de la población que reside en Venezuela.



## Marco teórico metodológico

El registro cotidiano se realizó sobre la base de una matriz de eventos o casos en los cuales se incluyeron las siguientes variables: área geográfica; sexo de las víctimas; tipo de víctima (periodistas, medios, audiencia); tipología según el área de trabajo (reporteros, columnistas, camarógrafos, etcétera); y tipo de violación según las categorías definidas anteriormente. Las informaciones de los distintos eventos o casos se contabilizaron a partir de las notas aparecidas en diarios de circulación nacional y regional, confirmadas con el testimonio de las víctimas y afectados, con el objeto de realizar un registro de fuentes directas. También se recogen datos de investigaciones realizadas por instituciones gremiales, académicas y de derechos humanos, de carácter nacional y/o internacional.

A partir de los datos recogidos se creó una matriz que considera las variables que explicamos anteriormente. Se realizó una depuración de los distintos eventos, así como el cruce de las distintas variables. Se ejecutaron los cálculos correspondientes, y ello derivó en las tablas y gráficos que ilustran este informe. El estudio comprende una descripción de los patrones de violación al derecho, seguidos de una ilustración con algunos casos relevantes. En los eventos o casos se puede registrar la participación de varios agentes violadores o responsables e igualmente varias víctimas. De la misma forma en un caso pueden aparecer diversos tipos de víctimas: medios, periodistas, fotógrafos, y varios tipos de violaciones.

Los tipos de violaciones se agrupan de acuerdo a las siguientes características:

- ▶ **AGRESIÓN:** en el caso de periodistas/ciudadanos heridos o golpeados por civiles o por fuerzas de seguridad.
- ▶ **ATAQUE:** en el caso de medios de prensa dañados o asaltados por la difusión de noticias u opiniones.
- ▶ **AMENAZA:** en forma personal, por teléfono, por mensajes u otra modalidad. Agresión a las propiedades de un periodista/ciudadano, como por ejemplo, disparos de armas de fuego contra su vivienda o destrucción de su vehículo. Ataque, amenazas o seguimiento a miembros de su familia.
- ▶ **CENSURA:** supresiones o prohibiciones oficiales, ediciones confiscadas, difusión restringida o impedida, despido de periodistas o programas suspendidos como resultado de presión política o de otro tipo, materiales confiscados o destruidos, retiro de la publicidad oficial o discriminación en su reparto, presión sobre los auspiciantes de un medio, visas negadas.
- ▶ **INTIMIDACIÓN:** acceso a edificios o espacios públicos negado o limitado, libertad de desplazamiento impedida o restringida, inspecciones fuera de rutina, espionaje o seguimiento sobre periodistas, comunicadores detenidos sin orden judicial, amenaza de funcionarios de aplicar sanciones a través de algún organismo gubernamental, asalto a periodistas durante el desempeño de sus tareas.
- ▶ **HOSTIGAMIENTO JUDICIAL:** amenazas de funcionarios de iniciar acciones judiciales contra un medio, periodista o ciudadano, demandas por daños y perjuicios, o querellas por calumnias e injurias destinadas a inhibir la difusión de un hecho o de una crítica, y sentencias a prisión o a pagar indemnizaciones por esos delitos; imposición a periodistas a revelar sus fuentes de información, arresto o detención de periodistas por orden de autoridades judiciales, allanamiento de medios de comunicación.
- ▶ **HOSTIGAMIENTO VERBAL:** insultos o descalificaciones de funcionarios hacia medios de comunicación, periodistas o ciudadanos, declaraciones destinadas a ubicar a la prensa en el papel de adversario político, aprobación de proyectos de resolución o de declaración en repudio de artículos periodísticos.
- ▶ **RESTRICCIONES LEGALES:** aprobación de leyes restrictivas para la libertad de prensa, o presentación de proyectos legislativos o decretos del Poder Ejecutivo con esa finalidad.
- ▶ **RESTRICCIONES ADMINISTRATIVAS:** aprobación o aplicación de medidas administrativas restrictivas por parte del Ejecutivo nacional, regional o municipal.
- ▶ **MUERTE:** periodistas o ciudadanos asesinados mientras realizaban su trabajo periodístico o por buscar/difundir información, o por motivo de este, luego de su realización.

### ESPACIO PÚBLICO

Es una asociación civil, sin fines de lucro, no gubernamental, independiente y autónoma de partidos políticos, instituciones religiosas, organizaciones internacionales o gobierno alguno, que tiene como finalidad la promoción y defensa de los derechos humanos, especialmente la libertad de expresión; el derecho a la información y la responsabilidad social en los medios de comunicación social.

#### Notas:

- 1 Se reciben denuncias directas de las víctimas, y se registran situaciones públicas y notorias que constituyan violación al derecho. Por caso se entiende el hecho, la situación o circunstancia que compromete la garantía del derecho, de allí se pueden diagnosticar una o varias violaciones, de acuerdo a las categorías-tipos de violación.
- 2 Una emergencia compleja es una crisis humanitaria grave que suele ser el resultado de una combinación de inestabilidad política, conflictos y violencia, desigualdades sociales y una pobreza subyacente. Las emergencias complejas son fundamentalmente de carácter político y pueden hacer mella en la estabilidad cultural, civil, política y económica de las sociedades.  
Definición de la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, en sus siglas en inglés).
- 3 Reporte Nacional sobre la EHC en el derecho a la salud. Septiembre 2018. Recuperado en <http://www.accionsolidaria.info/website/reporte-nacional-sobre-la-ehc-en-el-derecho-a-la-salud/>
- 4 Personas que fueron trasladadas por cuerpos de seguridad o grupos civiles armados.
- 5 Personas que fueron requisadas o interrogadas por cuerpos de seguridad o grupos de civiles armados en el sitio de cobertura.
- 6 Los estados son: Lara, Amazonas, Aragua, Apure, Anzoátegui, Distrito Capital, Cojedes, Monagas, Táchira, Zulia y Miranda.
- 7 *El Pitazo*, 6 de octubre de 2018. Encapuchados lanzaron bombas molotov a casa del presidente del Colegio de Enfermeros de Barinas.  
Recuperado en <http://elpitazo.info/sucesos/encapuchados-lanzaron-bombas-molotov-casa-del-presidente-del-colegio-de-enfermeros-barinas/>
- 8 Espacio Público, 22 de enero de 2018, Hackean redes sociales de *Capitolio TV*. Recuperado en <http://espaciopublico.org/hackean-redes-sociales-capitolio-tv/#.WqGPY-GrOWM8>
- 9 Espacio Público, 17 de febrero de 2018, Fuera del aire *Radio Mundial 860AM* del Táchira. Recuperado en <http://espaciopublico.org/del-aire-radio-mundial-860-am-tachira/#.WqGOEWrOWM8>
- 10 Espacio Público, 17 de febrero de 2018, Atacan la sede del *Canal 11 NCTV* en el Zulia. Recuperado en <http://espaciopublico.org/atacan-la-sede-del-canal-11-nctv-zulia/#.WqGONmrOWM8>
- 11 Espacio Público, 17 de febrero de 2018. *Visionaria 104.7 FM* es atacada por tercera vez este mes. Recuperado en <http://espaciopublico.org/visionaria-104-7-fm-atacada-tercera-vez-este-mes/#.WqGPIWrOWM8>
- 12 Espacio Público, 17 de diciembre de 2018. Roban e incendian canal de televisión en Barlovento. Recuperado en <http://espaciopublico.org/roban-e-incendian-canal-de-television-en-barlovento/#.XDzVLFVKiM8>
- 13 Espacio Público, 6 de febrero de 2018, Sebin detiene a Enrique Aristeguieta Gramcko. Recuperado en <http://espaciopublico.org/sebin-detiene-enrique-aristeguieta-gramcko/#.WqGX8GrOWM8>
- 14 Espacio Público, 17 de febrero de 2018. Sebin hostiga a médico tras alertar sobre muertes por intoxicación alimentaria. Recuperado en <http://espaciopublico.org/sebin-hostiga-medico-tras-alertar-muertes-intoxicacion-alimentaria/#.XAAR3ttKiM8>
- 15 Espacio Público, 20 de abril de 2018. Agreden a camarógrafo de *NVHTV* en Cumaná. Recuperado en <http://espaciopublico.org/agreden-a-camarografo-de-nvh-en-cumana/#.XDz93IVKiM8>
- 16 *Radio Fe y Alegría*, 14 de diciembre de 2018. Robaron e incendiaron televisora afro en Barlovento. Recuperado en <http://www.radiofeyalegrianoticias.net/sitio/robaron-e-incendiaron-televisora-afro-en-barlovento-audio/lo-actual/>
- 17 Espacio Público, 7 de agosto de 2018. Exhortos: censura impuesta por Conatel. Recuperado en <http://espaciopublico.org/exhortos-censura-impuesta-por-conatel/#.XECuRIVKiM8>
- 18 Espacio Público, 16 de enero de 2018. Metro de Caracas utiliza “Ley” del odio para evitar que sus trabajadores se expresen. Recuperado en <http://espaciopublico.org/metro-caracas-utiliza-ley-del-odio-evitar-trabajadores-se-expresen/#.W2neXtVKiM8>
- 19 Espacio Público, 11 de enero de 2018, Condenados dos ciudadanos mientras manifestaban en Carabobo. Recuperado en <http://espaciopublico.org/condenados-dos-ciudadanos-manifestaban-carabobo/>
- 20 Espacio Público, 31 de mayo de 2018, Última Hora de Portuguesa reduce su circulación por falta de insumos. Recuperado en [http://espaciopublico.org/ultima-hora-de-portuguesa-reduce-su-circulacion-por-falta-de-insumos/#.Wx\\_dZ-4vyM8](http://espaciopublico.org/ultima-hora-de-portuguesa-reduce-su-circulacion-por-falta-de-insumos/#.Wx_dZ-4vyM8)
- 21 Espacio Público, 12 de julio de 2018. Portal web *Punto de Corte* permanece fuera de línea. Recuperado en <http://espaciopublico.org/portal-web-punto-de-corte-permanece-fuera-de-linea/#.XEC09FVKiM8>
- 22 Espacio Público, 16 de noviembre de 2018. Conatel ordena el cierre de *Estudio 96.7 FM* en Barquisimeto. Recuperado en <http://espaciopublico.org/conatel-ordena-el-cierre-de-estudio-96-7-fm-en-barquisimeto/#.XECtdVVKiM8>
- 23 *Crónica Uno*, 14 de junio de 2018. Yonger Rosales abrazó a su mamá después de 5 meses preso en el Helicoide (I) Recuperado en: <http://cronica.uno/yonger-rosales-abrazo-a-su-mama-despues-de-5-meses-presos-en-el-helicoide-i/>
- 24 *YouTube*, 19 de enero de 2018. Trabajador de Pdvsa ante situación de la corporación petrolera. Recuperado en <https://www.youtube.com/watch?v=0X7btgxnYY>



- 25 Espacio Público, 9 de octubre de 2018. Detienen a 15 GNB por denunciar inundaciones en su comando. Recuperado en <http://espaciopublico.org/detienen-a-15-gnb-por-denunciar-inundaciones-en-su-comando/#.XEYRn1VKiM8>
- 26 Espacio Público, 8 de agosto de 2018. “Si declaras no hay carnet de la patria”. Recuperado en <http://espaciopublico.org/si-declaras-no-hay-carnet-de-la-patria/#.XEceHVVKiM8>
- 27 Respecto al caso <http://espaciopublico.org/bomberos-meridenos-son-excarcelados-con-regimen-de-presentacion/#.XEejRIVKiM8>
- 28 Espacio Público, 18 de septiembre de 2018. Maduro ataca a periodista durante rueda de prensa. Recuperado en <http://espaciopublico.org/maduro-ataca-a-periodista-durante-rueda-de-prensa/#.XEejvFVKiM8>



Galería de papel. World Press Photo-2018. Ami Vitale (National Geographic).



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Oliver Scarff (Agence France-Presse).

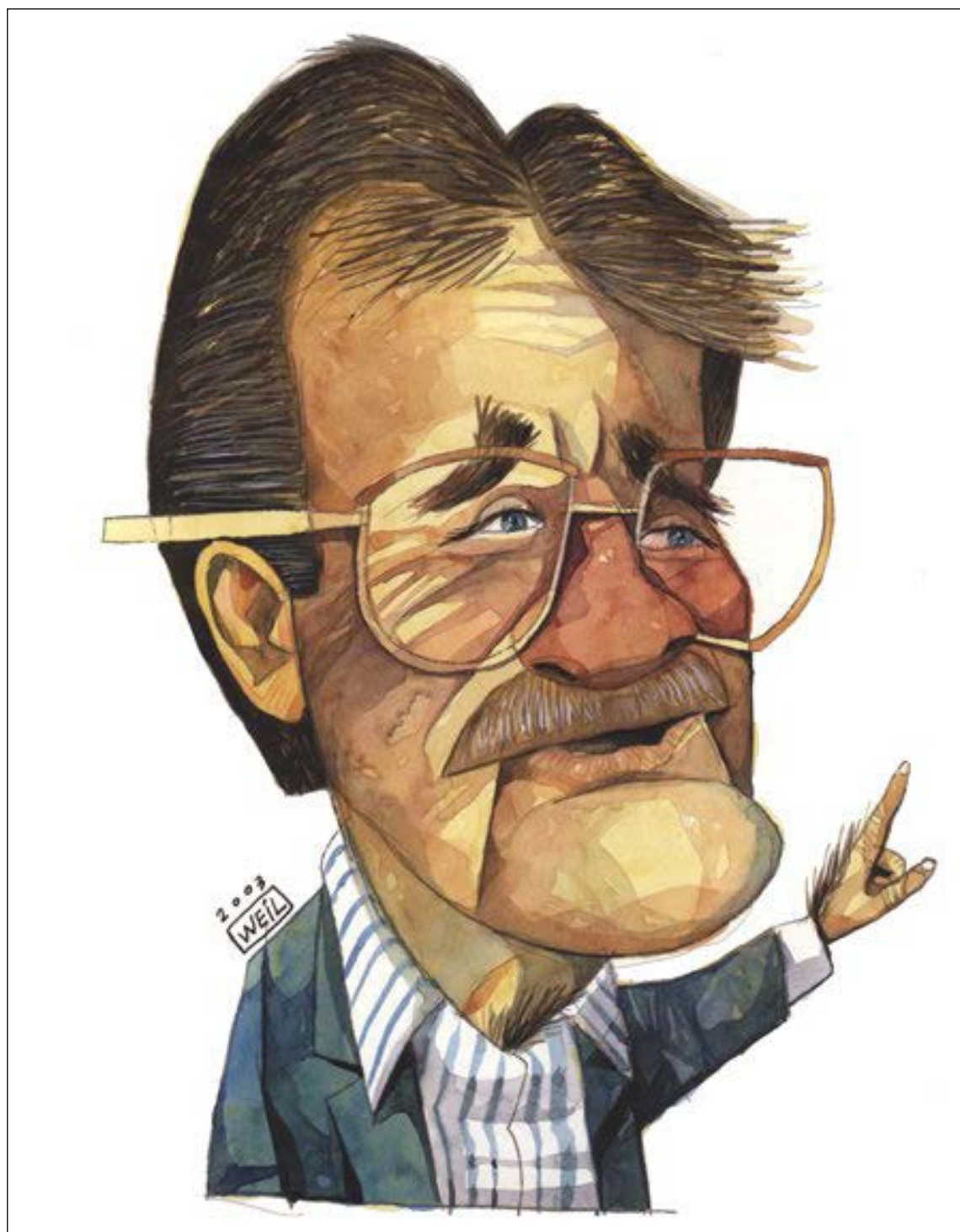
# UN LEGADO PARA RECORDAR

Un político, que fue diputado, candidato presidencial, ministro y periodista-editor: Teodoro Petkoff. El periodismo siempre estuvo presente en Teodoro. Finalizando la década de los años 80 funda y dirige el semanario *El Ojo del Huracán*; ya en fechas más recientes ocupa la dirección del vespertino *El Mundo* e iniciando el siglo funda el diario *Tal Cual*, que se destaca por sus mordaces editoriales ocupando siempre las primeras planas. En 2015 Teodoro Petkoff recibe el prestigioso premio de periodismo Ortega y Gasset que otorga el diario español *El País*.

Otro venezolano que se nos fue: Pablo Antillano. Periodista y publicista. En 1970, junto con otros periodistas jóvenes, funda una revista que dará mucho que hablar por esos años: *Reventón*. Pablo fue un hombre inquieto en el mundo del periodismo y así lo demuestran sus aventuras editoriales. Fundó revistas como *Escena*, *Buen vivir* y *Libros al día*, para después trabajar en diarios como *El Nacional*, *2001*, y otros medios impresos. Fue, en el mundo publicitario, presidente de la agencia Voz y Visión de Venezuela Grupo Corpa/Ogilvy & Mather. Llegó a ocupar la secretaría de la Fundación para la Cultura y las Artes (Fundarte).

Y también para recordar, el 13 de marzo de este año fallece un investigador de la comunicación, especialista en el estudio de la opinión pública: Luis Aníbal Gómez. Junto con Antonio Pasquali fue uno de los fundadores del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV (Ininco). Entre 1978 y 1980 fue su director y una vez que terminara su gestión ocupó el cargo de jefe de la Sección Teoría del Instituto hasta su jubilación. Su libro, publicado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina en Quito (Ciespal), *Opinión pública y medios de difusión*, fue uno de los primeros textos en la región sobre el tema. En sus últimos años fue un columnista mordaz en el diario *El Nacional* y luego en *Tal Cual*.

Desde *Comunicación* queremos rendirles tributo por sus trabajos periodísticos, sus investigaciones, sus análisis y escritos.



# Teodoro Petkoff, un faro para los demócratas

**BORIS MUÑOZ**

**De político a periodista. Esa fue la trayectoria de Teodoro Petkoff. Aunque la política y su quehacer nunca la abandonó, ni lo abandonó. Teodoro funda en el inicio del siglo el diario *Tal Cual* en donde destacaban sus editoriales, ubicados siempre en primera plana, con profundo sentido y pensamiento político. Fue un crítico despiadado del proceso bolivariano y de su líder Hugo Chávez. Nos dejó a la edad de 86 años.**

Quienes conocieron personalmente la catadura humana de Teodoro Petkoff hoy lamentan su muerte, más allá de su gran intelecto y su temperamento aguerrido, apasionado y eléctrico. Soy uno de ellos. Pero quienes más pierden hoy son los millones de venezolanos demócratas, lo hayan conocido o no, porque Teodoro fue uno de los últimos faros de integridad democrática, un tipo especial de carácter templado en la lucha por la libertad y curtido en la práctica deliberativa. La democracia venezolana, que primero fue secuestrada y luego destruida por el chavismo, debe tener presente en esta hora el ejemplo de sus mejores hombres.

Su militancia política coincide con la épica construcción de un sistema político moderno en Venezuela. Petkoff empezó como militante del Partido Comunista Venezolano en 1949 y continuó sin claudicar nunca hasta el final de su vida. Esas siete décadas representan una de las transformaciones más fascinantes de la historia política venezolana.

Durante los años 50, fue uno de los cuadros principales del Partido Comunista, a cuya direc-

ción perteneció a pesar de su juventud. Buena parte de su generación política, formada esencialmente por jóvenes comunistas y adecos, fue destruida en los calabozos de la cárcel Modelo, en el Obispo, en los pantanos del campo de concentración de Guasina o en la temida Seguridad Nacional, centro de detención y tortura que es el antecedente directo de los infiernos de la dictadura chavista, el Helicoide y la Tumba. Pero quienes sobrevivieron, como Teodoro y su amigo y socio político, Pompeyo Márquez —mejor conocido como Santos Yorme—, salieron de la tiniebla dictatorial demandando a una renovación social y política que la incipiente democracia no podía ofrecerles. Pronto encontrarían en la revolución Cubana un norte y en Fidel Castro un guía político y espiritual.

La lucha armada en Venezuela, de la que Petkoff fue una figura legendaria, se originó en el grupo de jóvenes de Acción Democrática, que fundó el Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR), para oponerse al proyecto democrático de Rómulo Betancourt. Sin embargo, los jóvenes comunistas, inspirados por el rebelde Douglas Bravo y desobedeciendo la línea del

UN LEGADO  
PARA RECORDAR

PCV, pronto se sumaron a los miristas para formar las Fuerzas Armadas de Liberación Nacional (FALN) e implantar la lucha de guerrillas en Venezuela con la ayuda del Gobierno de La Habana.

La lucha armada es uno de los fracasos históricos más costosos de la tumultuosa historia política venezolana. Cientos de jóvenes perdieron la vida y los gobiernos de Betancourt y Raúl Leoni tuvieron que llevar a cabo una política de seguridad interna represiva que tendría un enorme costo en derechos humanos y sería un lastre significativo para un desarrollo más armonioso de la democracia nacida en 1958. La llegada de Hugo Chávez al poder, en 1998, sobre los hombros de los naufragos de los 60 es la mejor prueba de los traumas irresueltos de ese periodo.

**Para referirse a su propia transformación, solía citar una frase de Franklin Delano Roosevelt: “Sólo los idiotas no cambian de opinión”.**



Teodoro luchó junto a sus camaradas, pero también supo reconocer el error y, algo más importante, alejarse del fundamentalismo revolucionario y renunciar al comunismo. Su denuncia del totalitarismo soviético en el ensayo *Checoslovaquia, el socialismo como problema* fue considerada una herejía. La excomunión de la iglesia comunista por el mismo zar Leonid Brézhnev captura un signo que siempre lo distinguió entre sus contemporáneos: la capacidad de Teodoro de pensar con cabeza propia y de desafiar las convenciones doctrinarias.

Al crear el Movimiento al Socialismo (MAS) en 1971 para abrir una tercera vía en el sistema bipartidista, abrazó la imperfecta democracia con mayor fervor que con el que una vez defendió la revolución socialista. Para referirse a su propia transformación, solía citar una frase de Franklin Delano Roosevelt: “Sólo los idiotas no cambian de opinión”.

Lo entrevisté varias veces durante los preparativos de su candidatura a la presidencia en 2006. Cuando revisitamos su experiencia como guerrillero, me contó que la lucha armada era un experimento que nunca iba a cuajar. “La democracia era como un juguete nuevo para los venezolanos y nosotros le estábamos pidiendo que renunciaran a ella sin ofrecerles nada mejor a cambio que irse al monte”.

Cuando lo entrevisté, Teodoro convalecía de una operación de rodilla y buscaba estar en forma para la campaña presidencial que terminaría disputando Manuel Rosales con Chávez. Durante esas largas conversaciones, que podían durar muchas horas, dejó a ratos de lado a la política para hablar de su otra gran pasión: los libros. Era un lector voraz que estaba al día con lo más reciente de la ficción, el ensayo y la poesía, sobre todo de autores venezolanos. Todavía recuerdo dos revelaciones que me sorprendieron. Teodoro leía todos los años dos libros: *La guerra y la paz*, de León Tolstoi, y *El amor en los tiempos del cólera*, de su amigo y cómplice Gabriel García Márquez. Pero lo que me sorprendió más fue su confesión de que había en él un narrador frustrado. En los años cincuenta, mientras conspiraba en la lucha

contra Pérez Jiménez y estudiaba economía marxista, se debatió intensamente entre la ficción literaria y la realidad política. Optó por la última sin dejar de soñar con la primera. Y, de hecho, según me dijo, escribió un par de cuentos que ojalá algún día se publiquen.

Nuestras conversaciones llegaron a su fin cuando lanzó su campaña. Fue el clímax de arduas gestiones para salvar una vía democrática frente al chavismo. Teodoro solía exudar seguridad en sí mismo. Era muy fácil sentirse intimidado por su personalidad, a veces avasallante, a pesar de sus mejores esfuerzos por mostrarse dócil. Pero esa noche fue distinto. Mientras cenaba recibí una llamada suya para preguntarme qué me había parecido el acto. Tuve que decirle que me pareció raro que hubiese leído un discurso acartonado en una torre de oficinas en vez de hacer ese llamado a la unidad y a la resistencia desde una plaza pública y con uso pleno de su oratoria encendida. “Quedé agotado y tuve que tomarme unas pastillas para dormir después del discurso. Ese acto como que fue una cagada”, sentenció antes de colgar.

Como hombre de partido, diputado, candidato presidencial, ministro, periodista y en su tribuna de editor en *Tal Cual*, Petkoff siempre defendió el pluralismo con pasión y lucidez. Fue el pluralismo el primer blanco del asalto chavista contra la democracia venezolana como lo prueba la salida de Petkoff de la dirección del vespertino *El Mundo* por presiones del gobierno de Chávez.

Teodoro Petkoff es el último cabo de una generación de luchadores democráticos taladrada por el hilo trágico de las dictaduras que marcaron nuestro siglo XX. Pero fue más que eso. Pese a los claroscuros, equívocos y controversias que caracterizaron su trayectoria política, nunca se sospechó de su integridad ética. Como intelectual y político, Petkoff criticó al poder de turno –fuera el sistema bipartidista de la democracia representativa o la autocracia chavista– sin fanatismo ni concesiones. Nunca renunció al ideal de un mundo socialmente más equitativo y políticamente más amplio y libre. Su muerte deja un vacío del mismo tamaño que el frustrado sueño democrático que persiguió durante al menos cincuenta años de su vida política. Sin embargo, su espíritu combativo y rectitud moral lo convierten en un potente faro para los venezolanos que hoy luchan por acabar con la dictadura chavista y crear una nueva democracia. A ellos les toca mantener ese faro encendido.

**Teodoro Petkoff es el último cabo de una generación de luchadores democráticos taladrada por el hilo trágico de las dictaduras que marcaron nuestro siglo XX.**

**BORIS MUÑOZ**

**Licenciado en Comunicación Social por la UCV. Ha trabajado en diversos medios periodísticos en Venezuela. Actualmente es editor de opinión del *New York Times* en español.**



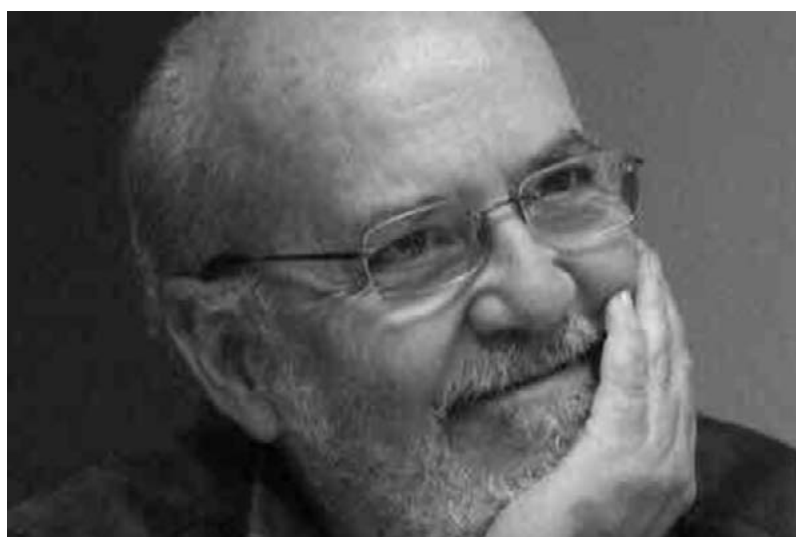
Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Thomas P. Peschak (National Geographic).



# Una memoria particular —el adiós de Pablo—

**ALFONSO MOLINA**

**Sabíamos que se iba a ir pero de todas formas nos dolió de manera implacable. Esperábamos su partida pero no queríamos que llegara ese día. Se nos quedó la palabra en la boca, como una promesa fallida.**



La primera vez que supe de él fue en 1970, a lo lejos, en las páginas de una revista innovadora, de vida intensa, que se llamó *Reventón*. Fue un verdadero reventón que alteró las reglas del periodismo venezolano con el trabajo de un puñado de comunicadores de nuevo cuño: Pablo Antillano, Richard Izarra, Raúl Fuentes, José Luis Garrido y otros que hoy no recuerdo. Era tiempos del primer gobierno de Rafael Caldera. Tiempos de pacificación pero también de fuertes rencillas en la vida militar venezolana. Tiempos de elegir el exilio en aquel Chile de la Unidad Popular, en vez de la prisión.

Luego el retorno se impuso y —con sus exigencias— la reincorporación a la vida periodística venezolana en la época del primer gobierno de Carlos Andrés Pérez, llamado por muchos el inicio de la Venezuela saudita. Fundó revistas como *Escena*, *Buen vivir* y *Libros al Día*, para

después trabajar en diarios como *El Nacional*, *2001* y otros medios impresos. Hizo muchas cosas en la vida este hombre que hizo del bar un templo dedicado a la amistad.

En el campo profesional, el legado más importante de Pablo fue el haber impulsado el reconocimiento de la labor cultural en el periodismo venezolano, con debates, críticas y hasta enfrentamientos, pero siempre productivo.

En el campo personal, nos dejó el recuerdo de su gentileza como compañero y su culto a la amistad.

**ALFONSO MOLINA**

**Venezolano, periodista, publicista y crítico de cine. Fundador de *Ideas de Babel*. Miembro de Liderazgo y Visión**

**Nota:** tomado del portal *Ideas de Babel*

# La última entrevista a Luis Aníbal Gómez: “Estoy en mis cuarteles de invierno”

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

**Esta entrevista fue realizada por solicitud de Gustavo Cimadevilla, presidente de Alaic, para ser parte de un libro conmemorativo de los cuarenta años de la asociación. Se publicó en 2018 con el título *Del mimeógrafo a las redes digitales* y que fue coordinado por el propio Cimadevilla y por la expresidenta de Alaic, Delia Covi. El libro puede descargarse en el sitio web <http://www.alaic.org>.**

Conocer en persona a Luis Aníbal Gómez era una suerte de asignatura pendiente. Pilar fundacional de las investigaciones de la comunicación en Venezuela, muy rápidamente se dedicó a otros campos profesionales. En un par de ocasiones anteriores, en los que le mostré interés en conocerle y conversar, se excusó siempre en su supuesta falta de experticia investigativa en el campo de la comunicación y el periodismo.

Con frases del tipo: “Yo no sé nada de eso, yo me dediqué a otras cosas” o “Eso fue hace muchos años, ya no recuerdo qué sucedió entonces”, se excusó en esas oportunidades anteriores. Apelé a la común amistad con Antonio Pasquali para convencerlo de acceder a esta entrevista. Un Luis Aníbal totalmente lúcido, pero disminuido en su movilidad tras sufrir años atrás un accidente cerebrovascular (ACV), me recibió en su departamento en Caracas, que definió como sus cuarteles de invierno.

Luis Aníbal Gómez sucedió a Pasquali en la dirección del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, de la Universidad Central de Venezuela (Ininco-UCV), centro pionero en Venezuela y América Latina. El Ininco fue fundado en abril de 1974 y Pasquali lo dirigió en sus primeros cuatro años antes de pasar a ocupar posiciones dentro de la Unesco<sup>1</sup>. Gómez fue director del Ininco entre 1978 y 1980, y es justamente en ese momento cuando se funda la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic).

Reunidos un conjunto de investigadores latinoamericanos en la sede del Ininco, en Caracas, en noviembre de 1978, se conforma oficialmente Alaic. Por aquellos años, la producción investigativa de la región no era cuantitativamente importante. Sin embargo, tanto por su objeto de estudio (el análisis de la dependencia económica y cultural, principalmente) como por su abordaje, con la aplicación fundamentalmente de la



UN LEGADO  
PARA RECORDAR

**La Unesco de entonces tenía un papel muy distinto y patrocinó una serie de eventos que, entre otras cosas, llevaron a que Pasquali se postulara para un cargo de dirección en París.**

perspectiva crítica a la realidad latinoamericana, esta producción se había destacado y tenía impacto en el intenso debate internacional sobre comunicación e información.

Previo a su paso por el campo netamente investigativo, Luis Aníbal ingresó como profesor en la Escuela de Periodismo (que luego pasó a ser de Comunicación Social) de la Universidad Central de Venezuela (UCV) con la llegada de la democracia al país, en 1958, y se jubiló en 1980. Fue director de esa Escuela entre 1965 y 1969. Introduce en Venezuela la cátedra de Teoría de la Comunicación en 1965, cuando esa materia pasa a formar parte del pènsum de estudios en la UCV.

Alaic se fundó en Caracas en 1978 y su primer presidente fue Luis Aníbal Gómez quien, en ese momento, además de dirigir el Ininco era el presidente de la extinta Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (AVIC).

La fundación de Alaic está, en aquella época, apalancada por la propia Unesco como quedó en evidencia en una reunión de veintiún investigadores latinoamericanos de la comunicación y seis expertos de la Unesco que se reúnen en Panamá, a fines de 1978, para trazar una estrategia que ayude a consolidar los estudios sobre el periodismo y la comunicación en la región (Martínez Terrero, 1978: 124).

En aquel contexto y precisamente con el aval de la Unesco, Luis Aníbal Gómez da a conocer varios de sus estudios e investigaciones: *La circulación de la información noticiosa: el caso de Venezuela* (1979), *El desequilibrio de la información en América Latina* (1979) y *Los países del área andina en tres diarios de Caracas: un embotellamiento informativo* (1978).

De forma previa, en la extinta revista *Orbita Temas de Comunicación Social*, editada en Caracas entre los años 70 y 80, Gómez publicó entre otros trabajos “La desmitificación del periodismo” (1977) y “La comunicación internacional alternativa” (1980).

Si bien la fundación de Alaic la protagonizan una docena de investigadores y no es hasta el

año 1992 cuando la asociación comienza a hacer sus congresos y seminarios periódicamente, existe otro hito fundacional. Se trata de la XII asamblea general y Conferencia de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR), la Aieri en español, que tuvo como tema central (a tono con el gran debate de la época): “El Nuevo Orden Informativo Internacional”. Esta importante reunión se celebraba por primera vez en América Latina y se efectuó en Caracas entre el 25 y 29 de agosto de 1980. Asistieron trescientos investigadores de 63 países y, al ser en un país latinoamericano, la recién fundada Alaic y las perspectivas de investigación en la región tuvieron una figuración importante en los días del evento, según las reseñas de aquel momento. No fue obviamente un congreso de Alaic, pero a la cabeza del comité organizador estaba Luis Aníbal Gómez, quien era presidente de esa Asociación. Se nuclearon y encontraron investigadores de diversos países latinoamericanos y cuando se ve en retrospectiva, aquella conferencia fue catalizadora en el proceso de construir la identidad de Alaic.

Aquella conferencia de la IAMCR fue uno de los primeros lugares donde la Unesco hizo una presentación pública del Informe MacBride. Todos estos elementos ayudan a comprender el papel fundacional y relevante que jugó en aquel período nuestro entrevistado en la gestión de los primeros años de Alaic.

**ANDRÉS CAÑIZÁLEZ (AC):** *Luis Aníbal, el Ininco fue un centro pionero en la región ¿a qué obedeció su fundación?*

**LUIS ANÍBAL GÓMEZ (LAG):** Fue una época muy distinta a la actual. Entonces la Unesco estaba encabezada por el senegalés Amadou-Mahtar M’Bow<sup>2</sup>. Durante aquellos años era el tercer mundo africano muy interesado en el desarrollo del tercer mundo en su conjunto. La Unesco de entonces tenía un papel muy distinto y patrocinó una serie de eventos que, entre otras cosas, llevaron a que Pasquali se postulara para un cargo de dirección en París. Yo también trabajé para la Unesco, una vez que me retiré del Ininco, estuve con la Oficina de Información Pública en Caracas hasta el año 1986.

**AC:** *Volviendo a la creación del Ininco, está todo el apoyo de la Unesco pero ¿qué los motivó a ustedes a formar ese primer instituto de investigaciones en Venezuela?*

**LAG:** Bueno, ahí quien te puede responder esa pregunta es Pasquali, porque todo eso viene de Pasquali. Antonio fue un gran impulsor de esas iniciativas en Venezuela.

**AC:** *Eso fue como el germen.*

**LAG:** Eso me imagino yo...

**AC:** *Yahora, ¿qué lo vinculó a usted, digamos, a apoyar esa iniciativa, fundar el Ininco, qué lo movió a usted?*

**LAG:** En primer lugar, en lo personal, yo estaba cansado del dictado de clases. Antonio y yo éramos profesores a dedicación exclusiva en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. En aquel momento solo dábamos clases, pero entonces se abrió la posibilidad de ir a fundar el Ininco, que en un primer momento se llamó Instituto de Estudios de la Prensa. Ni Pasquali ni yo proveníamos del campo de la comunicación, pero nos impactó mucho la escuela de Frankfurt, aquello nos llevó a leer a Adorno y a situarnos globalmente e históricamente en la etapa que estábamos nosotros, no en Venezuela ni nada, sino nosotros como estudiosos de la comunicación. Por aquel tiempo establecimos contacto con el peruano, muy famoso él, Rafael Roncagliolo.

**AC:** *Al momento de crear el Ininco estaban usted y Pasquali... ¿y quiénes más participaron?*

**LAG:** Bueno, Oswaldo Capriles que murió, Elizabeth Safar que está aquí en Venezuela y bueno, Raúl Agudo Freites que en el transcurso de este tiempo él murió. Así comenzamos, en primer lugar, con los estudios de la prensa para luego ir a los estudios de la comunicación.

**AC:** *¿Y en esa época que estudiaban ustedes, cuando analizaban la prensa, qué los motivaba?*

**LAG:** Bueno, lo que nos motivaba era documentar los flujos de la información en aquella época. Por ejemplo, yo hice un estudio sobre el

flujo informativo a partir de los intereses de nuestro país, que se publicó en la revista *Órbita* que dirigía Evangelina García Prince<sup>3</sup>, quien sin ser propiamente investigadora estaba muy ligada a nuestras actividades en el Ininco. En aquel estudio que hice, yo me fui a las agencias internacionales de prensa representadas en Caracas y logré que me dieran los cables (noticias); entonces, yo puedo estudiar los cables que ellos emitían y los comparo con lo que salía en la prensa venezolana. El filtro era terrible. Existía un monopolio de la *UPI* y de la *AP*. Pude evidenciar que nuestra prensa estaba al servicio de intereses que no eran nacionales; otros intereses, extraños, y lo más grave, no tenían ni consciencia de eso. Yo no digo que sean del imperialismo, ni que sean de Estados Unidos. No estaban pendientes, no tenían conciencia de eso.

**AC:** *Esas son las cosas notables...*

**LAG:** Y poderlo demostrar. Eso fue lo que provocó que me dieran el Premio Nacional de Periodismo –por ese estudio– en 1978.

**AC:** *Luis Aníbal, una vez que se crea el Ininco, ¿cómo se da la vinculación con las redes internacionales de investigadores?*

**LAG:** A partir de 1978, cuando Antonio Pasquali se va a París, para ocupar una de las direcciones de la Unesco, aquello fue clave. También fue importante la presencia de investigadores venezolanos en el histórico congreso de la IAMCR, en Varsovia en 1978<sup>4</sup>. En esa reunión de Varsovia se acordó que el siguiente congreso se iba a realizar en Caracas, a cargo del Ininco y de la AVIC. Para nosotros era un enorme desafío después de lo que había sido la conferencia de Varsovia, incluso por el atractivo político que constituía entonces visitar Polonia, en comparación con venir a Venezuela.

De cara a preparar el congreso de la IAMCR en Caracas, viajamos a Alemania Elizabeth Safar y yo a reunirnos con una investigadora de mucho peso, la doctora Elisabeth Noelle-Neu-

**Ni Pasquali ni yo proveníamos del campo de la comunicación, pero nos impactó mucho la escuela de Frankfurt, aquello nos llevó a leer a Adorno y a situarnos globalmente e históricamente en la etapa que estábamos nosotros (...)**

UN LEGADO  
PARA RECORDAR



**“Yo, honestamente, no creía que aquello se pudiera mantener por mucho tiempo, y fíjate que Alaic ya llega a sus cuarenta años”.**

mann, una de las fundadoras de los estudios sobre la opinión pública. Noelle-Neumann planteaba que se hiciera un congreso con una sección muy importante de opinión pública, y le dije no, no estoy de acuerdo con eso, y Eliza-

beth Safar tampoco está de acuerdo. Lo nativo y característico de la IAMCR es la comunicación y no específicamente la opinión pública. Luego, cuando se dio el congreso en Caracas todo el mundo estaba muy contento. Lo hicimos en las instalaciones de Parque Central<sup>5</sup>. Además, cuando se hace la conferencia de la IAMCR en Caracas, en 1980, ya el presidente era Luis Herrera Campins<sup>6</sup>, de quien yo era muy amigo. Yo estudié derecho hasta tercer año y en las aulas de clase compartí con él.

*AC: En ese momento el Ininco tiene un papel central y usted mismo es un factor clave en organizar la reunión de la IAMCR, que de alguna manera visibiliza a Alaic en la comunidad internacional de investigadores de aquella época.*

*LAG: Bueno, la cosa es que había que organizar todo. En Venezuela ya existía el Ininco y la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación. Existía una similar en Colombia, existía la de México y la de Brasil, se quería*

fundar una en Panamá [...] se trataba entonces de recoger esos trozos sueltos y crear Alaic, pero eso sucedió una vez que Antonio es nombrado con alto cargo de dirección en la Unesco y desde allí se le dio un impulso y respaldo. Personalmente, por aquellos años, yo publicaba artículos de prensa relacionados con la comunicación en el ya desaparecido *Diario de Caracas*. Eso llamó la atención de los funcionarios de la Unesco en Caracas. Una vez que salí de la UCV, jubilado, en 1980, gané un concurso en la Unesco para manejar la información de la organización en su oficina de Venezuela. Estuve allí varios años [...] ¡pero no alcancé una jubilación por la Unesco!

*AC: ¿Cuándo dejó el Ininco?*

*LAG: En 1980. Trabajé en la organización del congreso de la IAMCR, junto con todo el equipo del Ininco y de la AVIC, sabíamos que era algo importante para impulsar a Alaic. Después del congreso me jubilé de la UCV y, por tanto, dejé el cargo de director del Ininco y de presidente de Alaic y me dediqué al trabajo en el servicio de información de la Unesco, en Caracas. Mi papel en Alaic no fue gran cosa, yo lo que hice fue reunir a toda esta gente, investigadores que estaban en otros países<sup>7</sup>.*

*AC: De aquel momento, ¿con quienes mantenía más relación en el seno de Alaic?*

Con Martín Barbero, quien era vicepresidente; con la colombiana Patricia Anzola, que luego murió, y con el peruano Rafael Roncagliolo.

*AC: Y ese germen de crear Alaic ¿con qué tenía que ver? bueno, había gente de otros países, ¿qué otra cosa los movía a ustedes?*

*LAG: Había el sentimiento antiimperialista muy marcado en los académicos e intelectuales de América Latina. Además uno viajaba y se encontraba con un chileno o un peruano y todos, ¡todos!, no estábamos pensando solo en función de cada uno de nuestros países en particular, todos pensábamos en función de América Latina, entonces se fue conformando un movimiento del cual se creó Alaic. Yo, honestamente, no creía que aquello se pudiera mantener por mucho tiempo, y fíjate que Alaic ya llega a sus*

cuarenta años. Al salir del Ininco y de Alaic, en 1980, quedó a cargo Oswaldo Capriles, ya fallecido. Oswaldo se había burlado mucho de mí antes, ya que en un momento yo tenía muchos cargos, estaba en la dirección del Ininco, en la presidencia de la AVIC, en la presidencia de Alaic. Me decía Capriles: “Luis Aníbal, tú tienes tres o cuatro sombreros y tú te los quitas y te los pones”. Después, a él mismo le tocó ponerse más de un sombrero.

**AC:** *En la AVIC, que era la asociación nacional de aquella época, ¿qué se debatía entonces?*

**LAG:** Discutíamos algunos problemas nacionales y, sobre todo, la posición internacional frente al tema del flujo informativo. Nos preocupaba el cómo se informaban las sociedades, no solo la venezolana. Además, nosotros defendíamos el concepto de Política Nacional de Comunicación.

**AC:** *Y en aquel contexto, ¿cómo era la dinámica de trabajo de los investigadores venezolanos?*

**LAG:** A nosotros nos protegían las universidades, tanto aquí en Caracas, en la UCV, como en el Zulia, en la Universidad del Zulia. Había un núcleo en Zulia en el que estaban unas muchachas, digo muchachas de aquella época; en este momento deben ser viejitas<sup>8</sup>. La Unesco también apoyaba mucho en aquellos años. Una vez que se produce la salida de Amadou-Mahtar M’Bow y se produce toda la crisis en la Unesco por el tema de la comunicación y el Informe MacBride, la siguiente gestión del español Federico Mayor le dio un giro, y dejaron de tener importancia para la Unesco los temas de comunicación y cuestiones de prensa.

**AC:** *Finalmente, Luis Aníbal, cuando usted mira la época actual y conectándola con aquella fundación de todas estas iniciativas de investigación ¿qué cosas piensa usted que serían relevantes investigar o cómo se imagina usted que debe conducirse la investigación de la comunicación, del periodismo en esta época?*

**LAG:** Bueno, para mí, esta época es más interesante que aquella. En aquellos años el foco estaba en el descubrimiento de la importancia que tenía la comunicación humana entre los

hombres, los intereses trasnacionales que estaban subyacentes. Hoy vivimos una dicotomía entre democracia y populismo, no se trata de lo que vivíamos hace cuarenta años en América del Sur, que era democracia o dictadura. Y definitivamente el Internet nos ha cambiado la vida, a mí me la cambió por completo.

#### ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

Licenciado en Comunicación Social. Doctor en Ciencia Política. Titular e investigador del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Presidente de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (Invecom). Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

**Nota:** Tras producirse el fallecimiento de Luis Aníbal Gómez este 13 de marzo de 2019, consideramos pertinente publicar este texto en nuestra revista *Comunicación* y así contribuir a que se le conozca en Venezuela entre estudiantes, profesores e investigadores de las nuevas generaciones.

#### Referencias:

- AGUIRRE, J. M. (1976): “Tendencias de los estudios latinoamericanos en el análisis de los medios masivos”. En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 7 (49-61). Caracas: Centro Pellín.
- CAÑIZÁLEZ, A. (2006): “Veinticinco años del Informe MacBride. Releyendo el gran inventario de la comunicación”. En: *Temas de Comunicación*. N° 13 (15-26). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- CHACÍN DE JIMENO, Y. y NEÜMAN, M. I. (2004): “Algunas consideraciones sobre la investigación de la comunicación en Venezuela en el siglo XX: del modelo Lasswelliano a las nuevas tecnologías”. En: *Quórum Académico*. N° 1 (111-140). Maracaibo: Universidad del Zulia.
- GIL, R. (1994): *Figuras sobresalientes de la comunicación social*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- KROHLING KUNSCH, M. (2004): *La presencia de Alaic en la comunidad latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Documento en línea: <https://www.alaic.org/site/historia-alaic-historia-alaic/> (Consultado el 10/01/2018).
- MARQUES DE MELO, J. (2004): “Los tiempos heroicos: La formación de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación” en: *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. N° 1 (10-21). Sao Paulo: Alaic.
- MARTÍNEZ TERRERO, J. (1978): “Investigación para la toma de decisiones en políticas de comunicación”. En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 22 (114-125). Caracas: Centro Pellín.

MOWLANA, H. (1997): *IAMCR: A historical perspective*. Documento en línea: <https://iamcr.org/hist-perspective> (Consultado el 10/01/2018).

REY, J. I. (1981) "Encuentro de investigadores y nuevo orden informativo internacional". En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. N° 30-31 (32-40). Caracas: Centro Pellín.

### Notas

- 1 En 1978 Antonio Pasquali se traslada a París y es nombrado subdirector adjunto en Comunicación y Cultura. Entre 1984 y 1988 ejerce como director general adjunto del Sector Comunicación de la Unesco y en 1986 regresa a Venezuela desde donde coordina las labores en Comunicación y Cultura de la Unesco para América Latina.
- 2 Amadou-Mahtar M'Bow fue director general de la Unesco entre 1974 y 1987.
- 3 Evangelina García Prince es una socióloga, antropóloga y activista feminista venezolana, con una larga carrera docente en el campo universitario y también ocupó cargos en la administración pública.
- 4 La Conferencia de la International Association for Media and Communication Research en la capital polaca, en plena existencia de la cortina de hierro que dividía geopolíticamente al mundo en aquel momento, ha sido catalogada como una de las reuniones con mayor valor histórico para la propia IAMCR (Mowlana, 1997).
- 5 Parque Central, en Caracas, es un complejo de edificaciones que en aquellos años representaba una gran ruptura

con la arquitectura tradicional de la capital venezolana. Dentro del complejo urbanístico estaba un edificio dedicado a ser *apart-hotel* y existía una docena de salas de conferencia equipadas para la traducción simultánea. Esta instalación fue ideada en el primer gobierno de Carlos Andrés Pérez (1974-1979), cuando Caracas fue sede de innumerables conferencias internacionales.

- 6 Dirigente político socialcristiano, fue presidente de Venezuela entre 1979 y 1984. Nació en 1925 y falleció en 2007.
- 7 De acuerdo con el destacado investigador brasileño José Marques de Melo, la creación de la Alaic: "fue propiciada por cuatro asociaciones académicas nacionales, entonces en funcionamiento Abepec (Brasil), AVIC (Venezuela), AVIC (Colombia) y Coneicc (México). También se agregaron dos asociaciones profesionales: Felap (con sede en Venezuela) e ILET (México). La propia Unesco participó de la fundación. A título personal, se adhirió el investigador Mario Kaplun [...] En total, participaron de la asamblea de fundación diez hombres (Alberto Ancizar, Venezuela; Eleazar Díaz Rangel, Venezuela; Enrique Oteiza, Venezuela; Fernando Reyes Matta, Chile; Josep Rota, México; Luis Aníbal Gómez, Venezuela; Luis Gonzaga Motta, Brasil; Mario Kaplun, Uruguay; Oswaldo Capriles, Venezuela; Rafael Roncagliolo, Perú) y dos mujeres (Patricia Anzola, Colombia y Elizabeth Safar, Venezuela)".
- 8 De aquella época en LUZ son los trabajos de Xiomira Villasmil *Difusión masiva y hegemonía ideológica* y el de Migdalia Pineda *Modelos de difusión y sus alternativas*, siendo que en este último se abordan los modelos teóricos clásicos para proponer un nuevo modelo alternativo.





Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Thomas P. Peschak.



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Fausto Podavini.

# Índices 2018

## ÍNDICE DE TÍTULOS 2018

**1669**

*Ley contra el odio aumenta controles contra la libertad de expresión.*

Clemente, Scarlet; Chirinos, Mariengracia; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.7-13  
COMUNICACIÓN; CENSURA; MEDIOS IMPRESOS; MEDIOS DIGITALES; REDES SOCIALES; LEGISLACIÓN; ANÁLISIS DE CONTENIDO

**1670**

*Antonio López Ortega y La gran regresión.*

Guédez, Víctor; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.14-19  
COMUNICACIÓN; COMUNICACIÓN POLÍTICA; POLÍTICA; CULTURA; OPINIÓN PÚBLICA; ANÁLISIS DE CONTENIDO; LÓPEZ ORTEGA, ANTONIO

**1671**

*El Pen Club, de vuelta al ruedo.*

Ramírez Requena, Ricardo; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.21-23  
COMUNICACIÓN; POLÍTICA; CENSURA; AUTORES; ESCRITORES

**1672**

*Soy escritora y vengo de Venezuela.*

Socorro, Milagros; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.24-25  
COMUNICACIÓN; LITERATURA; PREMIOS; SOCORRO, MILAGROS; AUTORES

**1673**

*Adiós a Diego Rísquez.*

Hernández, Tulio; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.26-27  
COMUNICACIÓN; CINE VENEZOLANO; AUTORES

**1674**

*Mutaciones bastardas de la comunicación.*

Rincón, Omar; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.31-38  
COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN; CULTURA; NARRATIVAS; AUTORES

**1675**

*Instagramtura: arte de la palabra y de la imagen para dispositivos móviles.*

Tavares Lourenco, Ricardo; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.41-46  
COMUNICACIÓN; FOTOGRAFÍA DIGITAL; IMAGEN; LITERATURA

**1676**

*Netflix y las nuevas viejas narrativas.*

Santaella, Fedosy; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.49-53  
COMUNICACIÓN; STORYTELLING; ANÁLISIS DE CONTENIDO; TELEVISIÓN DIGITAL

**1677**

*Quo Vadis: hablemos sobre nuevas narrativas del discurso dramático.*

Rondón, Alí Enrique; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.73-80  
COMUNICACIÓN; TELENÓVELAS; DRAMA

**1678**

*Estudiando las telenovelas.*

Soukup, Paúl A.; Martínez Terrero, José (Trad.); N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.55-70  
COMUNICACIÓN; PRODUCCIÓN, TELEVISIÓN; GÉNEROS TELEVISIVOS; NARRATIVAS; FEMINISMO; ENTRETENIMIENTO; CULTURA; REPRESENTACIÓN;

IDENTIDAD CULTURAL; SEXUALIDAD; ANÁLISIS DE CONTENIDO; POLÍTICA; ESTÉTICA

**1679**

*Viabilidad de las narrativas transmedia.*

Bravo, María Corina; Castro, Cristina; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.83-87  
COMUNICACIÓN; MEDIOS DE COMUNICACIÓN; MEDIOS DIGITALES; HISTORIAS DE VIDAS

**1680**

*La cuasi ausencia de la dimensión histórica en la generación digital.*

Carvajal, Leonardo; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.89-96  
COMUNICACIÓN; REDES SOCIALES; JÓVENES; TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN; ERA DIGITAL

**1681**

*Cuarenta años de recorrido: la libertad de expresión e información en la revista Comunicación.*

Cañizález, Andrés; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.100-114  
COMUNICACIÓN; INFORMACIÓN; MEDIOS DE COMUNICACIÓN; GOBIERNO; COMUNICACIÓN POLÍTICA; CENSURA; REVISTA COMUNICACIÓN; PERIODISMO

**1682**

*Libro impreso vs. libro digital: mitos y realidades de un fenómeno actual.*

Quiñones, Rafael; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.116-126  
COMUNICACIÓN; DOCUMENTOS IMPRESOS; DOCUMENTOS DIGITALES; INVESTIGACIÓN; ERA DIGITAL; JÓVENES CONSUMO CULTURAL; LECTURA

**1683**

*Homenaje a Martín Barbero*  
*Treinta años de: De los medios a las mediaciones.*

Couldry, Nick; Marroquí, Amparo; Sierra, Francisco; Rey, Germán; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.130-132  
COMUNICACIÓN; MEDIACIONES; MEDIOS DE COMUNICACIÓN;  
LIBRO; ANÁLISIS DE CONTENIDO;  
MARTÍN-BARBERO, JESÚS;  
AUTORES

**1684**

*"Hay que perder el objeto para ganar el proceso".*

Hernández Díaz, Gustavo; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.133-135  
COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN; MEDIOS DE COMUNICACIÓN;  
CULTURA; CULTURA POPULAR;  
MARTÍN-BARBERO, JESÚS;  
AUTORES

**1685**

*Jesús Martín-Barbero, el pop star de la comunicación.*

Rincón, Omar; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.136-139  
COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN; MEDIOS DE COMUNICACIÓN;  
CULTURA; CULTURA POPULAR;  
CONSUMO CULTURAL; MARTÍN-BARBERO, JESÚS; AUTORES

**1686**

*De mapas y rituales: un libro trashumante.*

Reguillo, Rossana; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.140-143  
COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN; MEDIOS DE COMUNICACIÓN;  
CULTURA; CULTURA POPULAR;  
CONSUMO CULTURAL; MARTÍN-BARBERO, JESÚS; AUTORE

**1687**

*Venezuela 2017: sin libertad en la Red.*

Urribarrí, Raisa (Anal.); Freedom House; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.147-167  
COMUNICACIÓN; INTERNET; REDES SOCIALES; PERIODISMO DIGITAL; MEDIOS DIGITALES;  
ACCESO A INTERNET; CONTROL DEL ESTADO; CENSURA;  
LEGISLACIÓN

**1688**

*La formación en derecho a la comunicación y democracia en universidades de la Red de Derecho*

*a la Comunicación y Democracia AUSJAL-2017.*

Ponce, Matías; N° 181, (Ene.-Mar. 2018), pp.171-186  
COMUNICACIÓN; EDUCACIÓN; EDUCACIÓN UNIVERSITARIA;  
ENSEÑANZA; FORMACIÓN PROFESIONAL; UNIVERSIDADES;  
DERECHO A LA COMUNICACIÓN;  
DEMOCRACIA

**1689**

*La devastación chavista: una invitación a la revuelta comunicacional.*

Aguirre, Jesús María; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.7-9  
COMUNICACIÓN; TRANSPORTE; MEDIOS DE COMUNICACIÓN;  
CONTROL SOCIAL; LIBRO;  
LITERATURA

**1690**

*Transición democrática y libertad de expresión: ¿madurez en turbulencia?*

Hernández, León; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.11-14  
COMUNICACIÓN; MEDIOS PÚBLICOS; MEDIOS DE COMUNICACIÓN; MEDIOS PRIVADOS; DEMOCRACIA;  
LIBERTAD DE EXPRESIÓN;  
CENSURA

**1691**

*Algunos enigmas en torno al tema de las encuestas.*

Quiñones, Rafael; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.17-26  
COMUNICACIÓN; POLÍTICA; ENCUESTAS; TIPOLOGÍA;  
ANÁLISIS DE DATOS; INFORMACIÓN; TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

**1692**

*La implantación del gobierno electrónico en Venezuela.*

López, Álvaro; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.29-38  
COMUNICACIÓN; ESTADO; ADMINISTRACIÓN PÚBLICA;  
INFORMACIÓN; CIUDADANÍA;  
LEGISLACIÓN; TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN;  
ACCESO A INTERNET; GESTIÓN PÚBLICA; BUROCRACIA;  
DERECHO A LA INFORMACIÓN;  
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA

**1693**

*Para hacer de un hombre un ciudadano –una perspectiva desde la historia venezolana–.*

Straka, Tomás; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.43-54  
COMUNICACIÓN; POLÍTICA;  
DEMOCRACIA; PARTICIPACIÓN;  
DEMOCRÁTICA; VALORES;  
EDUCACIÓN

**1694**

*Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada.*

Chillón, José Manuel; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.57-65  
COMUNICACIÓN; PERIODISMO CIUDADANO; DEMOCRACIA;  
INFORMACIÓN DIGITAL;  
GLOBALIZACIÓN; MEDIOS DIGITALES; SOCIEDAD RED

**1695**

*La libertad humana en el tercer entorno.*

Rodríguez, María; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.67-75  
COMUNICACIÓN; LIBERTAD;  
INFORMACIÓN; TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN;  
RELACIONES INTERPERSONALES; VALORES

**1696**

*Una aproximación valorativa al Proyecto Canaima Educativo.*

Guevara, Eduardo; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.77-84  
COMUNICACIÓN; EDUCACIÓN;  
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN;  
COMPUTADORAS; CONTENIDOS EDUCATIVOS; PROYECTO CANAIMA

**1697**

*Ciudadanía, medios e información en Venezuela: claves de una transición.*

Cañizález, Andrés; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.88-93  
COMUNICACIÓN; INFORMACIÓN;  
CIUDADANÍA; CENSURA;  
AUTOCENSURA; LIBERTAD DE EXPRESIÓN; OPINIÓN PÚBLICA

**1698**

*Fake news en Venezuela: laboratorios, abuso de poder y propaganda en pasticho.*

Gutiérrez, Jeanfreddy; Medianálisis; N° 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.94-101

COMUNICACIÓN; INFORMACIÓN; DESINFORMACIÓN; TECNOLOGÍA; HEGEMONÍA COMUNICACIONAL; CENSURA; GOBIERNO

**1699**

***Opacidad en materia de economía y petróleo en Venezuela.***

Chirinos, Mariengracia; N°. 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.102-117  
COMUNICACIÓN; INFORMACIÓN PÚBLICA; ACCESO A LA INFORMACIÓN; DATOS; ECONOMÍA; INDUSTRIA PETROLERA; INFLACIÓN

**1700**

***Apuntes para una comunicación transicional.***

Hernández, León; N°. 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.121-125  
COMUNICACIÓN; INFORMACIÓN; ACCESO A LA INFORMACIÓN; DEMOCRACIA; PERIODISMO; INFORMACIÓN PÚBLICA; ÉTICA; LIBERTAD DE EXPRESIÓN; MARCO LEGAL; RADIO; TELEVISIÓN

**1701**

***Internet navega en el mar de la felicidad.***

Reyes, Theis; N°. 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.129-132  
COMUNICACIÓN; TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN; ACCESO A INTERNET; TELECOMUNICACIONES

**1702**

***Situación general del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela: enero-diciembre de 2017.***

Espacio público; N°. 182, (Abr.-Jun. 2018), pp.137-146  
COMUNICACIÓN; PERIODISMO; MEDIOS DE COMUNICACIÓN; VIOLENCIA PERSONAL; PERIODISTAS; VIOLENCIA INSTITUCIONAL; VIOLENCIA DISCURSIVA; LEGISLACIÓN; CENSURA; AUDIENCIAS

**1703**

***Una voz incómoda.***

Cunto de San Blas, Gioconda; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.7-8  
COMUNICACIÓN; PERIODISTAS; MEDIOS DE COMUNICACIÓN; CONTROL DEL ESTADO; CENSURA; EJERCICIO DE LA PROFESIÓN

**1704**

***Reflexiones desde el festival de cine de Venezuela.***

Duarte, Rafael; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.11-13  
COMUNICACIÓN; CINE VENEZOLANO; FESTIVAL DE CINE; PELÍCULAS; CRÍTICA DE CINE

**1705**

***Fake news: reclamando límites para la manipulación impune.***

Hernández, León; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.15-25  
COMUNICACIÓN; INFORMACIÓN; DESINFORMACIÓN; MEDIOS DIGITALES; REDES SOCIALES; COMUNICACIÓN POLÍTICA

**1706**

***Fallece José Marques de Melo.***

Aguirre Alvis, José Luis; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.27-28  
COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN; AUTORES; MARQUES DE MELO, JOSÉ

**1707**

***Tom Wolfe: un pez fuera del agua.***

Suárez, Eduardo; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.31-34  
COMUNICACIÓN; AUTORES; ESTILO PERIODÍSTICO; WOLFE, TOM

**1708**

***Tendencias en la investigación de los nuevos medios y de los usuarios juveniles.***

Aguirre, Jesús María; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.39-43  
COMUNICACIÓN; INVESTIGACIÓN; CULTURA JUVENIL; CAMBIO SOCIAL; IDENTIDAD; ERA DIGITAL; MEDIOS DIGITALES; REDES SOCIALES; PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

**1709**

***Millennials: los padres de una generación.***

Ranzolin, Alexandra; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.45-50  
COMUNICACIÓN; TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN; JÓVENES; SOCIEDAD RED

**1710**

***Millennials, malandreo y producción audiovisual.***

Alvarado, Morella; Pérez Mena, Daniel; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.53-57

COMUNICACIÓN; TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN; PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL; PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS; REDES SOCIALES; CULTURA; JÓVENES; BARRIOS;

**1711**

***Los millennials y su reflejo en pantalla.***

Fuenmayor C., Verónica; García Aranguren, Erick; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.59-65  
COMUNICACIÓN; TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN; PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL; INTERNET; SERIES DE TELEVISIÓN; ANÁLISIS DE CONTENIDO; TIPOLOGÍA

**1712**

***Felicidad y redes sociales: harinas de sacos diferentes.***

De Mendonca, Pedro Antonio; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.67-71  
COMUNICACIÓN; INFORMACIÓN; INTERNET; EMOCIONES; INTERACCIÓN SOCIAL; USUARIOS; CULTURA DIGITAL; IDENTIDAD

**1713**

***Jalpa: una red llena de "expertos" –el fanatismo, Internet y la destrucción–.***

Valdivieso, Humberto; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.73-76  
COMUNICACIÓN; INTERNET; FANATISMO

**1714**

***La inminencia de la educación digital.***

Oseches Dam, Carmen M.; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.79-83  
COMUNICACIÓN; EDUCACIÓN; TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN; ALFABETIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN; INTELIGENCIA DIGITAL; APRENDIZAJE

**1715**

***Periodismo en clave digital: nuevas preguntas, una antigua respuesta.***

Guanipa, Moraima; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.86-100  
COMUNICACIÓN; PERIODISMO; MEDIOS DIGITALES; REDES SOCIALES; INTERNET; ÉTICA; DEONTOLOGÍA; EJERCICIO DE LA PROFESIÓN; LIBERTAD DE EXPRESIÓN; INFORMACIÓN; CENSURA; PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN; PERIODISMO DE DATOS

**1716****Venezuela: cambios políticos y posicionamientos intelectuales.**

Chaguaceda, Armando; Torrealba, Carlos; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.102-122

COMUNICACIÓN; CRISIS POLÍTICA; ANÁLISIS DE CONTENIDO; DISCURSO POLÍTICO; INTELECTUALES; ORGANIZACIONES; GOBIERNO; OPOSICIÓN; LASA; CLACSO

**1717****Periodismo, libertad y democracia –mensaje a los periodistas y a la sociedad venezolana–.**

Alianza por la Libertad de Expresión; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.127-131

COMUNICACIÓN; DEMOCRACIA; MEDIOS DE COMUNICACIÓN; LIBERTAD DE EXPRESIÓN; INFORMACIÓN; DESINFORMACIÓN; DICTADURA

**1718****Venezuela: comunicación y periodismo en libertad condicional.**

Alianza por la Libertad de Expresión; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.135-136

COMUNICACION; DEMOCRACIA; MEDIOS DE COMUNICACION; LIBERTAD DE EXPRESION; INFORMACION; CENSURA; DESINFORMACION

**1719****Las constantes urbanas de Raquel Soffer.**

Valdivieso, Humberto; N°. 183-184, (Jul.-Dic. 2018), pp.138-139

COMUNICACIÓN; CULTURA DIGITAL; CIUDAD; LUGARES; ESTÉTICA URBANA; CREATIVIDAD; SOFFER, RAQUEL

**ÍNDICE DE AUTORES 2018**

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| Aguirre Alvis, José Luis 1706                   | Hernández, Tulio 1673               |
| Aguirre, Jesús María 1689, 1708                 | López, Álvaro 1692                  |
| Alianza por la Libertad de Expresión 1717, 1718 | Marroquí, Amparo 1683               |
| Alvarado, Morella 1710                          | Martínez Terrero, José (Trad.) 1678 |
| Bravo, María Corina 1679                        | Medianálisis 1698                   |
| Carvajal, Leonardo 1680                         | Oseches Dam, Carmen M. 1714         |
| Castro, Cristina 1679                           | Pérez Mena, Daniel 1710             |
| Cañizález, Andrés 1681, 1697                    | Ponce, Matías 1688                  |
| Chaguaceda, Armando 1716                        | Quiñones, Rafael 1682, 1691         |
| Chillón, José Manuel 1694                       | Ramírez Requena, Ricardo 1671       |
| Chirinos, Mariengracia 1669, 1699               | Ranzolin, Alexandra 1709            |
| Clemente, Scarlet 1669                          | Reguillo, Rossana 1686              |
| Couldry, Nick 1683                              | Rey, Germán 1683                    |
| Cunto de San Blas, Gioconda 1703                | Reyes, Theis 1701                   |
| De Mendonca, Pedro Antonio 1712                 | Rincón, Omar 1674, 1685             |
| Duarte, Rafael 1704                             | Rodríguez, María 1695               |
| Espacio Público 1702                            | Rondón, Alí Enrique 1677            |
| Freedom House 1687                              | Santaella, Fedosy 1676              |
| Fuenmayor C., Verónica 1711                     | Sierra, Francisco 1683              |
| García Aranguren, Erick 1711                    | Socorro, Milagros 1672              |
| Guanipa, Moraima 1715                           | Soukup, Paúl A. 1678                |
| Guédez, Víctor 1670                             | Straka, Tomás 1693                  |
| Guevara, Eduardo 1696                           | Suárez, Eduardo 1707                |
| Gutiérrez, Jeanfreddy 1698                      | Tavares Lourenco, Ricardo 1675      |
| Hernández Díaz, Gustavo 1684                    | Torrealba, Carlos 1716              |
| Hernández, León 1690, 1700, 1705                | Urribarrí, Raisa (Anal.) 1687       |
|   | Valdivieso, Humberto 1713, 1719     |

**ÍNDICE DE CATEGORÍA PRIMARIA 2018**

- |  |  |
|--|--|
| ANÁLISIS DE CONTENIDO 1689                   | LITERATURA 1671                                  |
| ANÁLISIS DEL DISCURSO 1716                   | NARRATIVAS 1676, 1677, 1679                      |
| CINE 1673, 1704                              | NOTICIAS 1698, 1705                              |
| CIUDADANÍA 1693                              | OPINIÓN PÚBLICA 1691                             |
| COMUNICACIÓN LATINOAMERICANA 1674            | PERIODISMO 1694, 1697, 1703, 1707, 1717, 1718    |
| COMUNICACIÓN POLÍTICA 1690                   | PERIODISMO DIGITAL 1715                          |
| CULTURA 1670                                 | POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN 1700                   |
| CULTURA DIGITAL 1709, 1710, 1711             | RECURSOS DE APRENDIZAJE 1696                     |
| EDUCACIÓN DIGITAL 1714                       | REDES SOCIALES 1675, 1712, 1713                  |
| EDUCOMUNICACIÓN 1688                         | SOCIEDAD RED 1695                                |
| ESPACIO URBANO 1719                          | TECNOLOGÍA 1680                                  |
| GOBIERNO ELECTRÓNICO 1692                    | TELENOVELAS 1678                                 |
| INDUSTRIA CULTURAL 1682                      | TENDENCIAS CULTURALES 1708                       |
| INFORMACIÓN 1699                             | TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN 1684, 1685, 1686, 1706 |
| INTERNET 1701                                |  |
| LIBERTAD DE EXPRESIÓN 1672, 1681, 1687, 1702 |  |



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Ivor Prickett (for *The New York Times*).

## ÍNDICE DE DESCRIPTORES 2018

- Acceso a Internet 1687, 1692, 1701  
 Acceso a la información 1699, 1700  
 Administración pública 1692  
 Alfabetización de la información 1714  
 Análisis de contenido 1669, 1670, 1676, 1678, 1683, 1711, 1716  
 Análisis de datos 1691  
 Aprendizaje 1714  
 Audiencias 1702  
 Autocensura 1697  
 Autores 1671, 1672, 1673, 1674, 1683, 1684, 1685, 1686, 1706, 1707  
 Barrios 38289  
 Burocracia 1692  
 Cambio social 1708  
 Censura 1669, 1671, 1681, 1687, 1690, 1697, 1698, 1702, 1703, 1715, 1718  
 Cine venezolano 1673, 1704  
 Ciudad 1719  
 Ciudadanía 1692, 1697  
 Clasco 1796  
 Computadoras 1696  
 Comunicación 1669, 1670, 1671, 1672, 1673, 1674, 1675, 1676, 1677, 1678, 1679, 1680, 1681, 1682, 1683, 1684, 1685, 1686, 1687, 1688, 1689, 1690, 1691, 1692, 1693, 1694, 1695, 1696, 1697, 1698, 1699, 1700, 1701, 1702, 1703, 1704, 1705, 1706, 1707, 1708, 1709, 1710, 1711, 1712, 1713, 1714, 1715, 1716, 1717, 1718, 1719  
 Comunicación política 1670, 1681, 1705  
 Consumo cultural 1682, 1685, 1686  
 Contenidos educativos 1696  
 Control del Estado 1687, 1703  
 Control social 1689  
 Creatividad 1719  
 Crisis política 1716  
 Crítica de cine 1704  
 Cultura 1670, 1674, 1678, 1684, 1685, 1686, 1710  
 Cultura digital 1712, 1719  
 Cultura juvenil 1708  
 Cultura popular 1684, 1685, 1686  
 Datos 1699  
 Democracia 1688, 1690, 1693, 1694, 1700, 1717, 1718  
 Deontología 1715  
 Derecho a la comunicación 1688  
 Derecho a la información 1692  
 Desinformación 1698, 1705, 1717, 1718  
 Dictadura 1717  
 Discurso político 1716  
 Documentos digitales 1682  
 Documentos impresos 1682  
 Drama 1677  
 Economía 1699  
 Educación 1688, 1693, 1696, 1714  
 Educación universitaria 1688  
 Ejercicio de la profesión 1703, 1715  
 Emociones 1712  
 Encuestas 1691  
 Enseñanza 1688  
 Entretenimiento 1678  
 Era digital 1680, 1682, 1708  
 Escritores 1671  
 Estado 1692  
 Estética 1678  
 Estética urbana 1719  
 Estilo periodístico 1707  
 Ética 1700, 1715  
 Fanatismo 1713  
 Feminismo 1678  
 Festival de cine 1704  
 Formación profesional 1688  
 Fotografía digital 1675  
 Géneros televisivos 1578, 1678  
 Gestión pública 1692  
 Globalización 1694  
 Gobierno 1681, 1698, 1716  
 Hegemonía comunicacional 1698  
 Historias de vidas 1679  
 Identidad 1708, 1712  
 Identidad cultural 1678  
 Imagen 1675  
 Industria petrolera 1699  
 Inflación 1699  
 Información 1681, 1691, 1692, 1695, 1697, 1698, 1700, 1705, 1712, 1715, 1717, 1718  
 Información digital 1694  
 Información pública 1699, 1700  
 Intelectuales 1716  
 Inteligencia digital 1714  
 Interacción social 1712  
 Internet 1687, 1711, 1712, 1713, 1715  
 Investigación 1674, 1682, 1684, 1685, 1686, 1706, 1708  
 Jóvenes 1680, 1682, 1709, 1710  
 Lasa 1716  
 Lectura 1682  
 Legislación 1669, 1687, 1692, 1702  
 Libertad 1695  
 Libertad de expresión 1690, 1697, 1700, 1715, 1717, 1718  
 Libro 1683, 1689  
 Literatura 1672, 1675, 1689  
 López Ortega, Antonio 1670  
 Lugares 1719  
 Marco legal 1700  
 Marques de Melo, José 1706  
 Martín-Barbero, Jesús 1683, 1684, 1685, 1686  
 Mediaciones 1683  
 Medios de comunicación 1679, 1681, 1683, 1684, 1685, 1686, 1687, 1690, 1702, 1703, 1717, 1718  
 Medios digitales 1669, 1679, 1687, 1694, 1705, 1708, 1715  
 Medios impresos 1669  
 Medios privados 1690  
 Medios públicos 1690  
 Narrativas 1674; 1678  
 Opinión pública 1670, 1697  
 Oposición 1716  
 Organizaciones 1716  
 Participación democrática 1693  
 Películas 37594



ÍNDICE DE DESCRIPTORES 2018 (CONTINUACIÓN)

- |   |  |                              |
|---|--|------------------------------|
| Periodismo 1681, 1700, 1702, 1715                       | Relaciones interpersonales 1695  | Telenovelas 1677             |
| Periodismo ciudadano 1694                               | Representación 1678  | Televisión 1678, 1700        |
| Periodismo de datos 1715                                | Revista Comunicación 1681  | Televisión digital 1676      |
| Periodismo de investigación 1715                        | Serie de televisión 1711   | Tipología 1691, 1711         |
| Periodismo digital 1687                                 | Sexualidad 1678  | Transporte 1689              |
| Periodistas 1702, 1703                                  | Sistematización de experiencia 1692  | Universidades 1688           |
| Política 1670, 1671, 1678, 1691, 1693                   | Sociedad red 1694, 1709  | Usuarios 1712                |
| Premios 1672  | Socorro, Milagros 1672   | Valores 1693, 1695           |
| Producción 1678   | Soffer, Raquel 1719  | Violencia discursiva 1702    |
| Producción audiovisual 1710, 1711                       | Storytelling 1676  | Violencia institucional 1702 |
| Producción de contenidos 1708, 1710                     | Técnicas de investigación 1691   | Violencia personal 1702      |
| Proyecto Canaima 1696                                   | Tecnología 1698  | Wolfe, Tom 1707              |
| Radio 1700  | Tecnologías de información y comunicación 1680, 1692, 1695, 1696, 1701, 1709, 1710, 1711, 1714 |                              |
| Redes sociales 1669, 1680, 1687, 1705, 1708, 1710, 1715 | Telecomunicaciones 1701  |                              |



Galería de papel. World Press Photo-2018. Francesco Pistilli.

# La fotografía periodística o la interpretación de lo real

—A propósito del World Press Photo 2018—

---

MARCELINO BISBAL

---

## I

La fotografía, y mucho más la *fotografía periodística* o el *fotoperiodismo*, o como también se le llama el *periodismo gráfico*, o simplemente el *reportaje gráfico*, constituye una ventana al mundo. Todos los teóricos y estudiosos de la fotografía, desde Roland Barthes hasta Walter Benjamin, pasando incluso por semiólogos como Gillo Dorfles, Umberto Eco, Abraham Moles, Charles Morris, José Luis Prieto, Eliseo Verón... y otros tantos, coinciden en que la fotografía no es una reproducción fiel y precisa de lo real, sino que ella es una interpretación de lo real. En ese sentido es hermana del periodismo.

Desde esa perspectiva teórica es que se puede hablar y se habla de que la fotografía es un lenguaje. Si el lenguaje debe ser visto en un contexto social, la fotografía en cuanto lenguaje debe ser considerada también dentro de un contexto social. La otra significación que hay que darle a esta es en relación a su función comunicativa, pues el lenguaje debe ser observado como un medio de comunicación.

El otro tema que hay que apuntar tiene que ver con las formas de presentación-representación que adquiere la fotografía en cuanto *médium*. Aquí nos estamos refiriendo, en el caso del reportaje fotográfico, pero que también puede ser una entrevista fotográfica, o simplemente una crónica fotográfica, al fotoperiodismo como documento “histórico-estético”. Apunto esta idea de manera esquemática para citar al italiano Gillo Dorfles cuando nos dice que la fotografía:

[...] está ligada a una determinada atmósfera de época, a un especial tipo de encuadre, de cómo nuestra manera de estar-en-el-mundo, y nuestra manera de *ver-el-mundo*, cambia con increíble rapidez y cómo cualquier acto nuestro conserva la impronta de esta mutación. La fotografía, precisamente por su adherencia a la *realidad*, y al mismo tiempo por su indiscutible cualidad de extrinsecadora de la *personalidad del fotógrafo* puede, pues, constituir un delicadísimo espía de nuestra actitud estético-perceptiva en una determinada época y puede convertirse siempre, principalmente, en una de las fuentes para el conocimiento —estético además de científico— del comportamiento artístico de una determinada civilización.

## II

Esas ideas expresadas muy rápidamente, incluso de forma esquemática, surgen al ver y apreciar como simple espectador las 137 fotografías que abarca la edición 61 de la exposición del World Press Photo 2018. Una muestra de 42 fotoreporteros, de 22 países, en ocho distintas categorías, y elegidas por un jurado que tuvo que vérselas con las 73.044 imágenes enviadas por 4.548 fotógrafos provenientes de 125 países, a la Fundación World Press Photo con sede en la capital holandesa desde 1955, cuando se creó. Quien dirige la Fundación, Lars Boering, llegó a decir que todo ese conjunto de fotografías,



Galería de papel. *World Press Photo-2018*. Alessio Mamo  
(Redux Pictures for Médecins Sans Frontières)

[...]son escenas enviadas por agencias, medios de comunicación o los propios fotógrafos, testigos de situaciones candentes. Pero también hay series preciosas de otros acontecimientos positivos que merecen atención desde el punto de vista internacional. Otra corriente que puede influir con más fuerza en el futuro.

### III

Algo que nos recuerda esta muestra, como las 61 ediciones que ya tiene sobre sus hombros el World Press Photo, es que “lejos de leer el mundo real como un álbum de fotografía, [...] habrá que aprender más bien a leer las fotografías como el mundo real: y esto no podremos controlarlo siempre, a causa del tiempo y del espacio”.

Para finalizar. Nuestra revista *Comunicación* nos ofrece en su Galería de Papel una pequeña muestra de la exposición que estuvo en Caracas del 21 de febrero al 14 de marzo, que fue posible con el apoyo y auspicio de la Embajada del Reino de los Países Bajos, con la iniciativa del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS-Venezuela) y con el invaluable esfuerzo del Centro Cultural-UCAB.

## Cinco claves sobre el World Press Photo en Caracas

El World Press Photo Exhibición 2018 estuvo en Caracas del 21 de febrero al 14 de marzo. La ciudad esperó una década para que regresara la exposición anual itinerante de periodismo visual más prestigiosa del mundo. En esta edición, la número 61 –fotografía ganadora– fue tomada en Venezuela por un fotoperiodista venezolano. A continuación, cinco claves sobre la muestra:

1. Un total de 4.548 fotografías, procedentes de 125 países, presentaron 73.044 fotos al concurso en 2017. El jurado lo conforman profesionales líderes del mundo de la fotografía, que cambian cada año y son independientes de la Fundación World Press Photo. Esta vez lo presidió Magdalena Herrera, directora de fotografía de Geo France.
2. Un total de 42 fotorreporteros, de 22 países, resultaron premiados en ocho categorías. Todas las fotografías ganadoras pasaron un riguroso proceso de verificación. Esto garantiza que son fiables como documentos visuales de la escena observada por el fotógrafo.
3. Dos fotoperiodistas venezolanos se cuentan entre los premiados de la edición 2018: Ronaldo Schemidt (Caracas, 1971), Foto del Año, y Juan Barreto (Caracas, 1974), tercer lugar en la categoría Spot News Stories. Ambos, del equipo multimedia de la AFP.
4. Las 137 fotografías premiadas han sido reunidas para esta exhibición, que viaja a cien lugares en 45 países y es vista por más de 4 millones de personas.
5. Cada foto cuenta una historia. Las ocho categorías que las agrupan son: temas contemporáneos, noticias generales, proyectos a largo plazo, naturaleza, gente, deportes, noticias de actualidad y, por primera vez, medio ambiente.