

ANUARIO ININCO

Investigaciones de la Comunicación

ISSN: 0798-2992

Depósito legal: pp 198908df26

Publicación semestral

1988-2011

***Veintitrés años por el fomento de la investigación
y diversidad comunicacional***

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

Avenida Neverí • Centro Comercial Los Chaguaramos • Piso 3 • Los Chaguaramos
Caracas-Venezuela • Apartado de Correos 47.339 • Caracas 1041-A • Venezuela
Telefax: (58-212) 693.00.77 / (58-212) 605.04.45
e-mail: anuarioininco@gmail.com
carloseguzman@cantv.net

Premio «Monseñor Pellín»
XIII edición, 2002

UNIVERSIDAD CENTRAL
DE VENEZUELA

FACULTAD DE HUMANIDADES
Y EDUCACIÓN

Rectora
CECILIA GARCÍA-ARROCHA

Vicerrector Académico
NICOLÁS BIANCO

Vicerrector Administrativo
BERNARDO MÉNDEZ

Secretario
AMALIO BELMONTE

Decano
VINCENZO PIERO LO MONACO

Coordinadora Académica
MARIÁNGELES PÁYER

Coordinador Administrativo
EDUARDO SANTORO

Coordinador de Postgrado
VIDAL SÁEZ SÁEZ

Coordinadora de Investigación
MARINA POLO

Coordinador de Extensión
HUGO QUINTANA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN (ININCO)

Director ININCO UCV

Director General de Publicaciones

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ / gustavo797@cantv.net / Telf. (58-212) 605.04.41

Director Editor Anuario ININCO UCV

CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS / carloseguzman@cantv.net / cguzmancardenas@gmail.com

Twitter: @anuarioinico / Telf. (58-212) 605.04.45

Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura UCV

<http://observatorioinico.ning.com/>

<http://www.youtube.com/user/inico>

observatorioinincoucv@gmail.com

Facebook: Observatorio ININCO de la Cultura y la Comunicación / Twitter: @visioninico

Maestría en Comunicación Social. Coordinador General

BERNARDINO HERRERA LEÓN / herrerabernardino@gmail.com

Especialización en Educación para el uso Creativo de la Televisión. Coordinadora General

MORELLA ALVARADO MIQUILENA / edumediosucv@yahoo.com

Maestría en Gestión y Políticas Culturales. Coordinador General

CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS / maestriagestionculturalucv@gmail.com / Twitter: @maestriagpcults

Consejo Editorial

MORELLA ALVARADO MIQUILENA, CARLOS COLINA SALAZAR, CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS,
GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ, BERNARDINO HERRERA LEÓN, MARÍA FERNANDA MADRIZ, LUISA TORREALBA MESA

Asistente Editorial

PAOLA PASCARELLI

Traducción inglés, francés y portugués

CARLOS E. GUZMÁN CÁRDENAS / PIERRE NEGAUD / negaud@yahoo.fr

ANUARIO ININCO

Investigaciones de la Comunicación

Integrante de la Red Iberoamericana
de Revistas de Comunicación y Cultura

1

Vol. 23 • 2011

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

Caracas, junio 2011

ANUARIO ININCO/INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN

Instituto de Investigaciones de la Comunicación

Facultad de Humanidades y Educación

Universidad Central de Venezuela

Editor responsable Anuario ININCO, UCV: Carlos Enrique Guzmán Cárdenas. cguzmancardenas@gmail.com

Selección fotográfica y de imágenes: Carlos Enrique Guzmán Cárdenas

Diagramación y montaje: Dora Nicholls de García - Carlos Pérez Cárdenas

Depósito legal: pp 198908DF26

ISSN: 0798-2992

@ININCO Junio 2011

La misión del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación es la eficaz y oportuna divulgación científica de las investigaciones que se realizan en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Entre sus objetivos destacan: a) fomentar y divulgar las investigaciones científicas de la comunidad académica, nacional e internacional, en el campo de la comunicación, la cultura y disciplinas correlativas; b) contribuir a la elevación del nivel científico y docente en el ámbito universitario en la toma de conciencia del compromiso colectivo de socializar el trabajo de la investigación científica y de reflexión; c) proporcionar soluciones a los problemas nacionales, regionales e internacionales de la comunicación por intermedio de los resultados publicados de sus investigaciones y participar en aquellos procesos de toma de decisión compatibles con sus objetivos; e) contribuir al desarrollo integral e independiente de Venezuela e incidir en la construcción de las respuestas democráticas y abiertas, humanas y libres, de aprendizaje, en torno a los temas complejos -y no de pensamiento único- de la comunicación y la cultura. Tiene como visión la reflexión fecunda sobre nuestra sociedad comunicando democracia.

UCV. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO
Anuario ININCO: investigaciones de la comunicación /
UCV, FHE, ININCO . — Caracas: ININCO, 2011
22 cm.; il; tablas; p. 176 — (anuario ININCO, 1, Vol. 23)
ISSN: 0798-2992

I.título II. UCV III. FHE IV. ININCO
1.comunicación social 2.investigaciones-comunicación.

Tiraje: 500 ejemplares

Papel: Bond 20

El Anuario Ininco/Investigaciones de la Comunicación está indizado en:

Sistema Regional de Información en línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal
LATINDEX

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura FELAFACS

Biblioteca Digital de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)

Red de Revistas de la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS)

Portal de la Comunicación InCom-UAB

Red de Información Socio-Económica REDINSE

Con la sigla AnIn en la Bibliografía Generale della Lingua e Letteratura Italiana (BIGLI)

• Índices Acumulados 1988-2006 (indización ININCO)

Forma parte del registro de publicaciones científicas del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas. Esta revista está incluida en la colección Scielo Venezuela (<http://www.scielo.org.ve/scielo.php>)

Publicación financiada principalmente por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH) de la UCV

Web site: www.ucv.ve/humanidades/fhe2005/institutos/ininco/index.htm

Web site: <http://www2.scielo.org.ve/scielo.php>

El Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación no suscribe, necesariamente, las opiniones emitidas por los autores. Los textos son arbitrados y publicados de conformidad por sus autores. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de los autores. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° de Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

En orden alfabético, por apellidos y país

ALFREDO ALFONSO. Secretario General Universidad Nacional de Quilmes UNQ. **Argentina.**

GUSTAVO CIMADEVILLA. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Río Cuarto UNRC. Coordinador Grupo Comunicación, Tecnología y Desarrollo ALAIC. **Argentina.**

SUSANA FINQUELIEVICH. Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la Información. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

+ANIBAL FORD (1934-2009). Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

OCTAVIO GETINO. Observatorio Industrias Culturales (OIC). **Argentina.**

EDWIN R. HARVEY. Cátedra UNESCO de Derechos Culturales, Universidad de Palermo. **Argentina.**

GUILLERMO NÉSTOR MASTRINI. Facultad de Ciencias Sociales. Ciencias de la Comunicación. Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

HÉCTOR SCHARGORODSKY. Director Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

IEN ANG. Instituto de la Investigación Cultural (Centre for Cultural Research. CCR). Universidad de Western Sydney. **Australia.**

JOHN HARTLEY. ARC Centre of Excellence in Creative Industries and Innovation. Universidad Tecnológica de Queensland. **Australia.**

JOHN SINCLAIR. Facultad de Artes, The Australian Centre. Universidad de Melbourne UNIMELB. **Australia.**

LUIS RAMIRO BELTRÁN SALMÓN. **Bolivia.**

MARCELO GUARDIA CRESPO. Departamento de Ciencias de la Comunicación Social. Universidad Católica Boliviana San Pablo UCB. **Bolivia.**

ERICK R. TORRICO VILLANUEVA. Universidad Andina Simón Bolívar UASB. **Bolivia.**

JOSÉ TEIXEIRA COELHO NETTO. Observatorio de Políticas Culturales. Universidad de Sao Paulo. **Brasil.**

VALÉRIO CRUZ BRITTO. Universidad do Vale do Rio dos Sinos UNISINOS. Editor de la Revista Eptic On Line. **Brasil.**

JOSÉ MARQUES DE MELO. Director de la Cátedra UNESCO / UESP de Comunicación. Universidad Metodista de São Paulo. **Brasil.**

CESAR RICARDO SIQUEIRO BOLAÑO. Universidad Federal de Sergipe UFS. Presidente de ALAIC. Director de la Revista Eptic On Line. **Brasil.**

EDUARDO BARRETO VIANNA MEDITSCH. Universidad Federal de Santa Catarina UFSC. **Brasil.**

VINCENT MOSCO. Departamento de Sociología. Queen's University. **Canadá.**

JOSÉ JOAQUÍN BRUNNER REID. Director Centro de Políticas Comparadas de Educación, Universidad Diego Portales UDP. **Chile.**

VALERIO FUENZALIDA FERNÁNDEZ. Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC). Facultad de Comunicaciones. **Chile.**

GUILLERMO SUNKEL. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile. **Chile.**

ANDRÉS DARÍO CALLE NOREÑA. Director Revista Escribanía. Universidad de Manizales. **Colombia.**

JESÚS MARTÍN BARBERO. **Colombia.**

ANCÍZAR NARVÁEZ MONTOYA. Universidad Pedagógica. **Colombia.**

CÉSAR AUGUSTO ROCHA TORRES. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Minuto de Dios, UNIMINUTO. **Colombia.**

ELÍAS SAID-HUNG. Universidad del Norte en Barranquilla (UNINORTE). **Colombia.**

JOSÉ IGNACIO AGUADED GÓMEZ. Universidad de Huelva. **España.**

LLUÍS BONET I AGUSTÍ. Departamento de Economía. Universidad de Barcelona UB. **España.**

LUIS ALFONSO ALBORNOZ. Presidente de ULEPICC. Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Universidad Carlos III de Madrid. **España.**

SALVADOR CARRASCO ARROYO. Facultad de Economía. Universidad de Valencia UV. **España.**

VICTOR FERNÁNDEZ BLANCO. Departamento de Economía. Universidad de Oviedo UNIOVI. **España.**

LUIS CÉSAR HERRERO PRIETO. Departamento de Economía Aplicada. E.U. Estudios Empresariales. Universidad de Valladolid UVA. **España.**

+ DANIEL E. JONES (1950-2007). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Ramon Llull. **España.**

BLANCA MUÑOZ LOPEZ. Departamento de Ciencia Política y Sociología. Universidad Carlos III de Madrid. **España.**

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. **España.**

ANA SEGOVIA. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III. Universidad Complutense de Madrid UCM. **España.**

FRANCISCO SIERRA CABALLERO. Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS). Universidad de Sevilla. **España.**

JUSTO VILLAFANE GALLEGU. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I (CAVPI) Universidad Complutense de Madrid UCM. **España.**

VINCENT DUBOIS. Instituto de Estudios Políticos. Grupo de Sociología Política Europea-PRISME (CNRS UMR 7012). **Francia.**

BERNARD MIÈGE. Institut de la Communication et des Médias. GRESEC. Universidad Stendhal Grenoble 3. **Francia.**

LUCA DAL POZZOLO. Observatorio Cultural del Piemonte. **Italia.**

CLAUDIA PADOVANI. Departamento de Estudios Históricos y Políticos. Universidad de Padova. **Italia.**

MICHELE TRIMARCHI. Association for Cultural Economics International ACEI. Economía della Cultura. Revista de la Asociación por la Economía de la Cultura. IULM Universidad de Milán. **Italia.**

DELIA CROVI DRUETTA. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México UNAM. Vice-Presidente de ALAIC. **México.**

RAÚL FUENTES NAVARRO. Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO. **México.**

OCTAVIO ISLAS CARMONA. Cátedra de Investigación en Comunicación Estratégica y Cibercultura. Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. **México.**

GUILLERMO OROZCO. Universidad de Guadalajara UDG. **México.**

ERNESTO PIEDRAS FERIA. Director general The Competitive Intelligence Unit. **México.**

ROSANNA REGUILLO CRUZ. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente ITESO. **México.**

ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara UDG. **México.**

RAÚL TREJO DELARBRE. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. **México.**

HELENA SOUSA. Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad. Universidad de Minho UMINHO. Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social (AIECS-IAMCR). **Portugal.**

BEATRIZ GARCÍA GARCÍA. School of Sociology and Social Policy. University of Liverpool. **Reino Unido.**

WILLIAM GLADE. Departamento de Economía. Universidad de Texas en Austin. **USA.**

TOBY MILLER. Universidad de California, Riverside UCR. **USA.**

JANET WASKO. Escuela de Periodismo y Comunicación. Universidad de Oregon UO. Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social (AIECS-IAMCR). **USA.**

GEORGE YÚDICE. Department of Modern Languages and Literatures. Universidad de Miami. **USA.**

HUGO ACHUGAR. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Literatura Uruguaya y Latinoamericana. Universidad de la República. **Uruguay.**

SANDRA RAPETTI LOCANTO. Universidad de la República. **Uruguay.**

+ LUIS STOLOVICH (1948-2006). Universidad de la República. **Uruguay.**

JESÚS MARÍA AGUIRRE. Facultad de Humanidades. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. **Venezuela.**

CARLOS ARCILA CALDERÓN. Escuela de Comunicación Social. Universidad de Los Andes ULA. **Venezuela.**

RAFAEL ARRAIZ LUCCA. Universidad Metropolitana UNIMET. Miembro de la Academia de la Lengua Venezolana como Individuo de Número. **Venezuela.**

MARCELINO BISBAL. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ANDRÉS CAÑIZALEZ. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. CIC. Director Revista Comunicación. **Venezuela.**

DAVID DE LOS REYES. Facultad de Humanidades y Educación. Doctorado en Humanidades. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI. Facultad de Humanidades y Educación. Doctorado en Humanidades. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MORAIMA GUANIPA. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS. Innovarium Inteligencia del Entorno. Observatorio Cultural y Comunicacional de Venezuela. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

OSCAR LUCIEN REYES. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MIREYA LOZADA. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Psicología. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MARITZA MONTERO. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Psicología. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ANTONIO PASQUALI. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MARIA EUGENIA PEÑA DE ARIAS. Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información. Escuela de Comunicación Social. Universidad Monteávil. **Venezuela.**

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR. Facultad de Humanidades. Universidad del Zulia LUZ. **Venezuela.**

MAX RÖMER PIERETTI. Facultad de Humanidades. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. **Venezuela.**

ELIZABETH SAFAR GANAHL. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

Contenido / Content

Editorial / Leading Article

- Las redes sociales virtuales de interacción y comunicación
The virtual social networks of interaction and communication
CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS..... 11

Tema Central / Main Topic

Conectividad en Venezuela / Connectivity in Venezuela

- Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook
The virtual social networks as spaces for the discussion of public matters: study of the groups on Venezuelan politics of Facebook
MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS..... 19

- La Generación Interactiva Venezolana: su relación con la computadora y el acceso a Internet
The generation interactive Venezuelan: their relationship with the computer and the access to Internet
CHARO SÁDABA, XAVIER BRINGUÉ, MABEL CALDERÍN..... 45

- La educación para los medios digitales
The education for the digital media
JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA TERRERO..... 69

Comunicación, gestión de los intangibles y publicidad *Communication, management of the intangible and publicity*

- Comunicación interna y cultura en cuatro diarios venezolanos
Internal communication and culture in four venezuelan newspapers'
CARLOS ARCILA CALDERÓN, ELÍAS SAID-HUNG, JORGE MORET
y RAIMON COLMENARES..... 95

Género y Sexualidad
Gender and Sexuality

Estudio de las representaciones del sujeto mujer lesbiana
Study of the representations of the subject lesbian woman
GISELA KOZAK ROVERO..... 121

Sociología y Antropología de la Cultura
Sociology and Anthropology of the Culture

Diálogo intercultural, Hermenéutica Analógica y Ética transcultural
Dialogue intercultural, Hermeneutics Analogical and Ethical transcultural
ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI..... 139

Normas de Arbitraje / Arbitration rules..... 171

Editorial / Leading Article

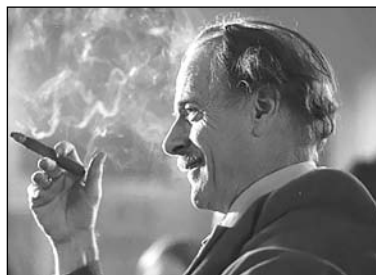
Las redes sociales virtuales de interacción y comunicación

The virtual social networks of interaction and communication



Alcanzamos el 2011 cumpliendo **veintitrés años** de existencia editorial del Anuario ININCO /Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (UCV) en el contexto aniversario de los **cien años del nacimiento de Marshall McLuhan (1911-1980)**. Conocido por acuñar y popularizar conceptos como los de «aldea global», «el medio es el mensaje», «el aula sin muros», entre otros, McLuhan no llegó a conocer Internet y sólo podía adivinar por dónde iría el desarrollo futuro de las computadoras, ya que murió en 1980. Sus principales trabajos se centraron sobre todo en la televisión, que en los años 60 se expandía de forma omnipresente en el mundo. Pero sus tesis resultan especialmente discutibles hoy, en la era de la Web y Redes Sociales. Si el profesor canadiense pudiera ver el mundo actual, es probable que no se sorprendiera con fenómenos como Twitter, Facebook y YouTube. McLuhan quizás argumentaría que la duplicación del mundo en la Web hace a la realidad aún más opaca. El concepto que popularizó este teórico de los medios fue el de «**aldea global**». Esta tesis central era en los sesenta apenas una profecía. Pero en la era de Internet, el mundo realmente se ha convertido en una aldea global.

Pero ¿cuál es el uso que están haciendo los venezolanos de las redes sociales virtuales, específicamente Facebook, para la discusión de asuntos públicos? ¿Cuáles son las pautas de consumo, uso y valoración propia de niños y adolescentes venezolanos en lo relativo a la pantalla del computador y el uso de Internet? ¿Cuáles son los escenarios en el



*que actúa la generación interactiva venezolana? ¿Cuál es el papel de la familia y de la escuela en la alfabetización mediática? Estas preguntas y sus posibles respuestas son tratadas por expertos comunicacionales en el volumen que presentamos dedicado a la **Conectividad en Venezuela**.*

*Al respecto, la profesora de periodismo digital, **Msc. María Eugenia Peña de Arias**, de la Universidad Montevila, examina los grupos venezolanos organizados en la **red social Facebook**, y dentro de ellos estudia los foros de discusión. Concluye que 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. Los profesores **Msc. Mabel Calderín**, **Msc. Charo Sábada** y **Dr. Xabier Bringué**, de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB-Venezuela) y Universidad de Navarra (España) respectivamente, responden preguntas relacionadas con la realidad experimentada al respecto por los menores venezolanos en lo relativo al **acceso a las TIC**. Se describe el escenario en el que actúa la generación interactiva venezolana y se analiza la relación que mantienen con la computadora y su conexión a Internet los niños y adolescentes de edades comprendidas entre 6 y 18 años que viven en este país. Y, el profesor **Dr. José Martínez De Toda Terrero**, Coordinador del Sector Comunicación de la CPAL (Conferencia de Provinciales Jesuitas de América Latina), despliega una visión general sobre la «**educación para los medios**» señalando que es un proceso que busca formar en el sujeto estas dimensiones educativas: que sea alfabetizado mediáticamente, consciente, crítico, activo, social y creativo, pero entendida según las teorías más recientes.*

«Ella ayuda a conocer los medios en todos sus aspectos, a saber defenderse de sus aspectos negativos, a recibir provechosamente sus mensajes y a usarlos creativamente produciendo otros mensajes en beneficio propio y de los demás. La educación para los medios es distinta de la educación con los medios, es decir del uso de subsidios didácticos audiovisuales para las ciencias, la historia, etc. (...) El objetivo general de la educación para los medios es ayudar a las personas a ser libres y responsables con criterios propios concretos de acción ante los medios. Es ayudarles a reflexionar y a tener pensamientos propios bien pensados y razonados, que los defiendan de las filosofías e ideologías avasallantes, que los rodean. Es una educación para los valores. La educación para los medios da una gran oportunidad al docente para hablar y discutir sobre valores».

Otros itinerarios de estudios y reflexión presentamos a nuestros lectores. En la línea de investigación «Comunicación, Gestión de los Intangibles y Publicidad», los profesores **Carlos Arcila Calderón** (Universidad de Los Andes-ULA, Venezuela), **Elías Said-Hung** (Universidad del Norte en Barranquilla-UNINORTE, Colombia) y **Jorge Moret** (ULA) con la participación del estudiante **Raimon Colmenares** (ULA) valoran el **proceso comunicativo interno** de dos medios de comunicación impresos en Venezuela. Se plantean en este estudio,

«(...) reconocer la realidad formal empresarial que conforma su identidad y su cultura, para entonces realizar una aproximación especial a la realidad organizativa informal y deducir las pautas que controlan los procesos que allí ocurren, las cuales no están establecidas explícitamente en la planificación de la empresa, sino que ocurren de manera espontánea. En este nivel informal, los elementos aprovechables que integran dicha faceta poco estudiada de las empresas, podrían plantearse como unidades planificadas estratégicamente para mejorar la comunicación interna».

En el campo del «Género y Sexualidad», la **Dra. Gisela Kozak Rovero**, profesora Asociada y docente de la Escuela de Letras, Maestría en Estudios Literarios y Maestría en Gestión y Políticas Culturales por la Universidad Central de Venezuela (UCV), establece algunas líneas de orientación y debate respecto al **sujeto mujer lesbiana** en tanto objeto de estudio. Nos indicara:

«(...) el abordaje tiene que ser multidisciplinario pues la literatura, por poner un caso, requiere de un instrumental teórico refinado para analizarla en profundidad y lo mismo funciona para el cine o las artes visuales. Pero, además, la perspectiva teórica, el conjunto de nociones que servirán de punto de partida para el estudio (sexo, género, sexualidad, clase, etnia, ideología, política, patriarcado) se alimentan de y atraviesan las ciencias sociales, la medicina, la psicología, la crítica de la cultura y los estudios de género en las distintas articulaciones ofrecidas por la práctica y la teoría feminista. Se trata pues de teorizaciones de carácter transdisciplinario».

Por último, en la línea de investigación «Sociología y Antropología de la Cultura», el **Dr. Enrique Alí González Ordosgoitti**, Profesor Titular en la Escuela de Filosofía de la UCV y Profesor Titular en el ITER/Facultad de Teología de la UCAB, docente de la Maestría en Gestión y Políticas Culturales por la UCV, plantea un problema urgente -para las ciencias sociales y las humanidades- de estudiar

*e investigar para proponer un modelo acerca de cómo deberían ser las **relaciones interculturales**. Con notable rigor epistemológico, apunta:*

«En este orden de ideas nosotros nos decantamos por proponer que lo Intercultural sea concebido como un acontecimiento dialógico, que privilegie no sólo un afán por las homologías (al cual no puede renunciarse de entrada sin someterlo a vigilancia epistemológica), sino también por las analogías, utilizando en este caso las herramientas que proporciona la hermenéutica analógica. La organización de nuestras reflexiones será la siguiente: las sociedades multiculturales; una experiencia intercultural desde la Antropología en Venezuela; la importancia del diálogo cultural y el método hermenéutico analógico».

*Se anexa a los Programas del Instituto de Investigaciones de la Comunicación, la creación del **Observatorio Venezolano de Políticas Culturales (OVEPC)** en Octubre del 2010, en estrecha relación al Master en Gestión y Políticas Culturales de la Facultad de Humanidades y Educación, adscrita al ININCO-UCV y bajo la Coordinación del Soc. Msc. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, cuya misión es:*



«Ofrecer un espacio para la consulta, reflexión y transacción de datos, indicadores, estadísticas, información y conocimientos de los actores públicos y privados que participan en los procesos culturales de Venezuela, a fin de contribuir a la optimización de la Gestión Cultural y formulación de Políticas Culturales democráticas de participación y acceso universal en el país que deriven de la libertad de creación cultural, igualdad y diversidad de nuestras identidades culturales, respeto a todas las corrientes del pensamiento humano, sustentabilidad y sostenibilidad cultural, derecho a la propiedad intelectual, articulación entre comunicación y cultura, descentralización de los servicios públicos culturales de los estados y municipios, las relaciones entre cultura, ambiente y ordenación del territorio, protección y defensa del patrimonio cultural de la Nación, estímulo permanente y seguridad social integral a los creadores, trabajadores, gestores y hacedores culturales y, el desarrollo de nuestras industrias culturales y creativas, que garanticen y promuevan nuestra diversidad cultural así como servir de plataforma estratégica para quienes tienen a su cargo la responsabilidad de hacer seguimiento y evaluación de las actividades de planificación, gestión e investigación cultural».

Asociado al tema central de este volumen, el papel que desempeñan las **audiencias**, parece irse modificando a medida que las redes sociales y los medios tradicionales van definiendo sus propios roles. De cara a esta realidad, los temas más esenciales en el campo investigativo de la comunicación en Venezuela fueron discutidos por especialistas en el Núcleo de La Liria de la **Universidad de Los Andes (ULA)**, en la ciudad de Mérida, durante el **IIIer. Congreso de la Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom)**, entre el 18 y el 20 de mayo de 2011. Agrupados en ocho grupos de trabajo, más de cuarenta investigadores de universidades y centros de investigación de todo el país presentaron sus ponencias (en la modalidad presencial y virtual) abordando las temáticas de: prácticas sociales del periodismo, identidad e imagen corporativa, comunicación política y pública, comunidad y participación, ciberperiodismo y comunicación digital, apropiación social de las TIC y gobierno electrónico, economía de la comunicación y estudios culturales; e historia y teoría de la comunicación. Por el ININCO-UCV participó el Soc. Msc. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, Coordinador del GT-07 «Estudios Culturales y Economía de la Comunicación».



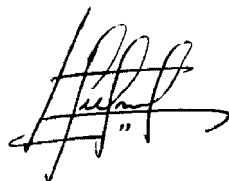
El año 2011 marca la conmemoración del **décimo aniversario de la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural**, que imprimió un cambio de dirección en la manera en que la comunidad internacional trataba la cultura, la cooperación y el desarrollo, rechazando la teoría del choque de civilizaciones y proponiendo una visión alternativa que ve la diversidad como una fuerza positiva. De igual modo, el Consejo Editorial de la Revista Anuario ININCO, rinde homenaje a nuestra **Ciudad Universitaria de Caracas, sede la Universidad Central de Venezuela (UCV)**, al cumplirse 10 años de haber sido declarada **Patrimonio Cultural de la Humanidad** por la UNESCO, reafirmando el legado arquitectónico y urbanístico del maestro Carlos Raúl Villanueva.

Destacamos también la celebración del **Año Bicentenario Ucevis-ta** para evocar los 200 años de la independencia de Venezuela, las cuales se iniciaron desde el pasado 19 de abril de 2010. Nuestra UCV, es la



institución de Educación Superior más antigua de Venezuela (290 años), creada por decreto real el 22 de Diciembre de 1721. Fue nombrada «Real Universidad de Caracas» y luego un año después, en 1722, por bula papal, adquirió el nombre de «Real y Pontificia Universidad de Caracas» hasta 1827 cuando se aprobaron los Estatutos Republicanos de Simón Bolívar y José María Vargas, pasando a denominarse «Universidad Central de Venezuela», a pesar de que nunca perdió el decreto real de fundación ni la bula papal de ratificación, pero en 1827, había un clima liberal y anticlerical, que obligó al cambio de nombre y otros países también lo acuñaron.

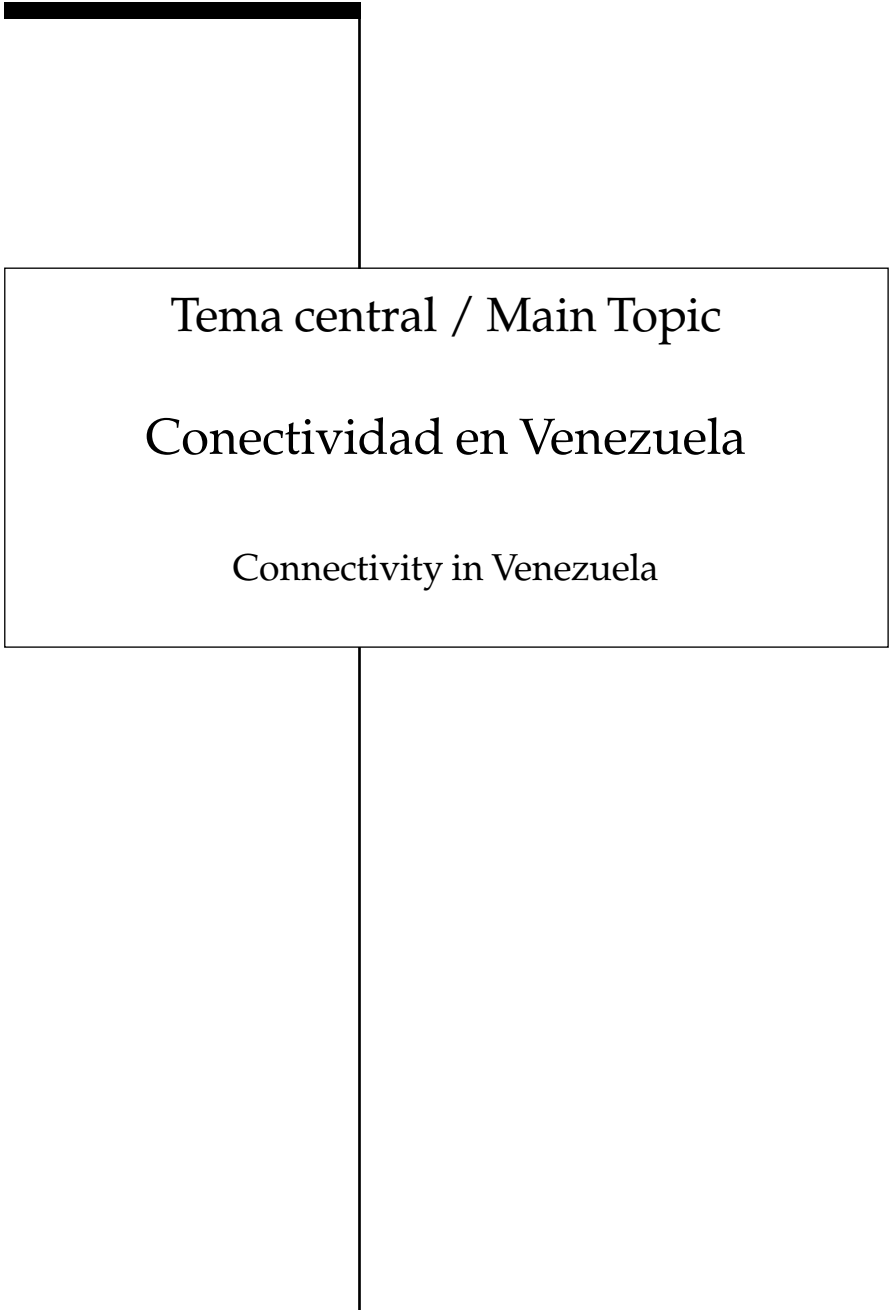
*Nuestro agradecimiento hacia las autoridades del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH) de la Universidad Central de Venezuela, por su permanente patrocinio financiero, en medio de la invariable crisis presupuestaria de la UCV, para con este esfuerzo académico editorial del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela «La Casa que Vence la Sombra», que alcanza veintitrés años de existencia editorial. Hacemos una invitación a la comunidad académica, nacional e internacional, para seguir **construyendo las respuestas democráticas y abiertas, humanas y libres, de aprendizaje**, en torno a los temas complejos -y no de pensamiento único- de la comunicación y la cultura.*



CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS
Director Editor del Anuario ININCO /
Investigaciones de la Comunicación

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN
Comunicando Democracia / Communicating Democracy
Commemoración de los 200 años del 5 de Julio de 1811
Año Bicentenario UCEVISTA

Commemoración del centenario del nacimiento del cuentista, novelista, ensayista,
crítico y dramaturgo venezolano Guillermo Meneses (1911-1978)
Commemoración del centenario del nacimiento del arqueólogo
José María Cruxent (1911-2007), «Pionero de la Arqueología Científica en Venezuela»



Tema central / Main Topic

Conectividad en Venezuela

Connectivity in Venezuela

MARÍA EUGENIA
PEÑA DE ARIAS
(Venezuela)



Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook

*The virtual social networks as spaces
for the discussion of public matters:
study of the groups on Venezuelan
politics of Facebook*

Recibido: 27/ 10/ 2010

Aceptado: 29/ 11/ 2010

Licenciada en Comunicación Social (UCAB), Magíster Scientiarum en Artes Liberales (Universidad de Navarra). Profesora de Sociología de la Comunicación en la Escuela de Comunicación Social y de Seminario de Trabajo Especial de Grado en la Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila. Presidente Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico Universidad Monteávila. Actualmente cursa el Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Simón Bolívar. Miembro del Consejo Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación.
Correo electrónico:
marias@uma.edu.ve
Teléfono: +58 (212) 2325255 / 2327170 / 2325142 / 2323221
Fax: +58 212 2325623

© De conformidad por su autora para su publicación. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial Nº 4638 Extraordinario. 1º de Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

RESUMEN

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS

Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook

Este artículo presenta los resultados de un trabajo de investigación sobre el uso que están haciendo los venezolanos de las redes sociales virtuales, específicamente Facebook, para la discusión de asuntos públicos. Para el análisis se seleccionaron los grupos organizados en esta red social, y dentro de ellos se estudiaron los foros de discusión. Se concluye que 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.

Descriptor: Asuntos Públicos / Medios de Comunicación / Redes sociales virtuales / Venezuela.

ABSTRACT

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS

The virtual social networks as spaces for the discussion of public matters: study of the groups on Venezuelan politics of Facebook

This article analyses the results of research work focused on the relevance venezuelan citizen give to virtual social networks. It focuses specifically on Facebook and dissects facts related to discussion of public issues. A selection was made of certain organized discussion groups and forums for analysis. It was concluded that Venezuelans participate actively in this spaces, they use them intensively for local subjects and display in them wide political polarization witch reflects the reality of Venezuelan public political life and the venezuelans communication media.

Key words: Public issues / Communication media / Virtual social networks / Venezuela.

RÉSUMÉ

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS

Les réseaux sociaux virtuels comme espaces pour la discussion des affaires publiques: étude des groupes sur la politique vénézuélienne de Facebook

Ce document présente les résultats d'un travail de recherche sur l'usage que font les vénézuéliens des réseaux sociaux virtuels, Facebook en particulier, pour la discussion des affaires publiques. Pour les analyses nous avons sélectionné plusieurs groupes organisés de ce réseau au sein des quels nous avons étudié les forums de discussion. Nous concluons que les vénézuéliens qui participent à ces forums trouvent des champs de discussion sur des thèmes locaux et qui mettent à jour la polarisation politique qui caractérise la vie publique et les médias de communication vénézuéliens.

Mots-clés: Affaires publiques / Médias de communication / Réseau social virtuel / Vénézuéla.

RESUMO

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS

As redes sociais virtuais como espaços para a discussão de assuntos públicos: estudo dos grupos em políticas venezuelanas de Facebook

Este artigo apresenta os resultados de um trabalho de investigação sobre o uso que os venezolanos fazem das redes sociais virtuais, especificamente do Facebook, para a discussão de assuntos públicos. Para a análise foram selecionados os grupos organizados nesta rede social, e dentro destes grupos foram escolhidos para o estudo os foros de discussão. A conclusão da pesquisa aponta a que os venezuelanos que participam nestes espaços encontram neles âmbitos para o diálogo sobre questões locais, e que fica em evidência a polarização política que caracteriza à vida pública e aos media na Venezuela.

Palavras-chave: Assuntos públicos / Media / Redes sociais virtuais / Venezuela.

I. INTRODUCCIÓN: EL NUEVO ESCENARIO MEDIÁTICO

Un reciente estudio sobre los medios de comunicación en Estados Unidos indica que el consumo de medios de comunicación convencionales decrece, mientras que el uso de los medios digitales se incrementa. Entre 2006 y 2008, el consumo de las mayores cadenas de televisión pasó del 71% al 65%, el de los periódicos locales descendió del 69% al 63%, y el de la televisión local del 74% al 62%. Al contrario, **el uso de redes sociales virtuales** pasó, en el mismo período, de 17% a 26% y el de los blogs del 13% al 24%. (Ketchum and USC Annenberg Strategic Public Relations Center. Citado por eMarketer, 2009).



En Venezuela encontramos también un auge de las redes sociales. Un estudio de Tendencias Digitales afirma que el uso de Facebook en el país subió 1.200% en el 2008 (Rodríguez, 2009) y, según la agencia Reuters, en el 2009 se incrementó en ciento por ciento (Noticias 24, 2010). Según las estadísticas de Alexa (2010), éste es el segundo sitio más visitado por los venezolanos. Se estima que el 60% de los venezolanos que se conectan a Internet, unos 5,3 millones, tiene cuenta en Facebook (Reuters. Citado por Noticias 24, 2010).

El consumo de estos nuevos medios tiene una particularidad: la **flexibilidad en su uso**. Son utilizados para hacer nuevos amigos, mantener relaciones sociales, hacer negocios, vincular a los líderes políticos con sus seguidores, transmitir información en países donde opera una fuerte censura a la libertad de expresión... El uso que hace de Facebook el presidente norteamericano Barak Obama para mantener el contacto con sus adeptos, o el manejo que hicieron de Twitter los iraníes para informar de la represión en el país luego de las elecciones del 2009, son ejemplos de esto. Tal parece que los sistemas informativos se reconfiguran para acoger a estos medios que comparten con los medios tradicionales su carácter mediador del diálogo social.

Blogs, redes sociales, microblogs y foros de discusión –herramientas de comunicación que integran la web 2.0– han hecho renacer las esperanzas

sobre la posibilidad de generar espacios desde los que se propicie la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos. Aunque es pronto para afirmarlo, las investigaciones comienzan a arrojar conclusiones según las cuales estos medios digitales son ámbitos de interrelación y deliberación que podrían revitalizar la vida pública.

Williams y Gulati (2008) afirman que el éxito de las campañas electorales en las redes sociales –y en especial en **Facebook**– es tan importante que debe ser considerado a la par de otros indicadores del desarrollo de la contienda, tales como el dinero, los recursos organizacionales y las encuestas. Afirman que, aunque es prematuro definir el rol político de Facebook, está claro que esta red puede activar la vinculación de los ciudadanos con los candidatos, haciéndolos parecer más accesibles.

Por su parte Kim (2006), al estudiar la relación entre los patrones de uso de Internet y la participación política en Corea del Sur, encontró una mayor disposición a la participación política entre los ciudadanos que intervienen en foros de discusión *online*. Sostiene que la deliberación en estos espacios virtuales puede mejorar las cualidades políticas de los ciudadanos, lo que favorecería su participación en la vida pública. Ve en estos foros digitales espacios plurales que pueden motivar la expresión de opiniones personales de quienes han vivido bajo regímenes antidemocráticos que han restringido la libertad de expresión.

Dahlberg (2001), en su estudio sobre el foro de discusión Minnesota E-Democracy, obtiene resultados que indican que este espacio funciona verdaderamente como ámbito de deliberación de asuntos públicos. El foro mantiene la independencia con respecto a intereses económicos y políticos, lo cual contrasta con la postura de quienes ven en Internet un territorio colonizado por los intereses económicos. Los participantes dialogan entre sí y están dispuestos a revisar sus creencias y posturas, se respetan reglas para evitar las intervenciones ofensivas y los foristas se sienten motivados a revelar su identidad, lo que sale al paso del temido anonimato en la red.

Estas experiencias invitan a estudiar **cómo se configuran los procesos comunicacionales a través de estos nuevos medios**. Nuestro propósito es describir **cómo los están utilizando los venezolanos para identificar si efectivamente actúan como ámbitos que posibilitan el diálogo sobre**

asuntos públicos, concretamente referidos a la política nacional. Nos preguntamos, ¿entablan diálogo los ciudadanos que se encuentran en estos espacios?, ¿se mantiene la polarización política que se observa en los medios y en la sociedad?, ¿qué temas se tratan en estos espacios?

Nuestro interés está motivado por las reconfiguraciones que ha sufrido nuestro sistema informativo debido a las condiciones políticas, económicas y jurídicas en las que le toca operar actualmente. Ante la fuerte polarización política presente en la sociedad y los medios, la desaparición



de medios con gran tradición en el país, y la reconfiguración del sistema de propiedad que posiciona al Estado venezolano como el propietario que más concentra medios televisivos y radiales (Peña y Bautista, 2007), es importante comprender **cómo podría ampliarse el mapa de medios que vinculan al ciudadano con la política, incluyendo los nuevos espacios abiertos con los medios digitales.**

Para desarrollar este estudio seleccionamos de entre todos los medios reunidos en la **web 2.0 a las redes sociales**, debido a la vocación comunitaria con la que han sido creadas. Como explican Cobo y Pardo (2007), son *«herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social»* (p. 63), lo que nos permite presumir que se dan interacciones entre sus miembros y no sólo procesos informativos. Seleccionamos entre todas ellas a Facebook por ser la de mayor consumo en el país.

Dentro de esta red, concentramos el estudio en los grupos, puesto que nos interesaban las asociaciones voluntarias que hacen los miembros para la discusión de temas específicos –en este caso, política nacional– y esta es la aplicación que propone la red para tal fin. Estudiar los procesos comunicacionales que se llevan a cabo a través de estos medios no es tarea sencilla. El ritmo acelerado de las actualizaciones, el crecimiento exponencial de

sus usuarios y su diversidad limitan la aplicabilidad de los métodos tradicionales de las ciencias sociales. Es por ello que, para esta primera aproximación, nos adentramos en su estudio con un alcance reducido y con una estrategia híbrida, que combina el **análisis de contenido** con la propuesta metodológica de Vergeer y Hermans (2008) para analizar discusiones en línea.

En el primer apartado hacemos un recuento de los grupos sobre política nacional alojados en Facebook y describimos su **estructura morfológica**, indicando la posición política que manifiestan en sus datos de presentación y el uso que hacen de las secciones¹. Con el propósito de conocer de qué hablan y cómo lo hacen los ciudadanos en esta red, en el segundo apartado nos concentramos en el grupo con mayor número de miembros. Hacemos una categorización de los temas de discusión tratados en los foros, y analizamos la **estructura de la discusión** de uno de ellos y sus normas de regulación. En el tercer apartado, describimos la posición política que manifiestan quienes participan en los foros de este grupo, con el propósito de ver si es similar o si en este espacio coexisten voces con posturas distintas o contrarias entre sí. Además, analizamos el uso informativo que se da a estos espacios. Finalmente, resumimos nuestra lectura de **cómo están utilizando los venezolanos Facebook para la discusión de asuntos públicos relacionados con la política nacional**.

II. LA POLÍTICA NACIONAL EN FACEBOOK: MORFOLOGÍA DE LOS GRUPOS

Facebook clasifica los grupos en categorías, y dentro de éstas en subtipos, dependiendo de la identificación que establece su creador. Los grupos del subtipo «Política» están incluidos en la categoría «Información general». Para identificar los grupos sobre política nacional alojados en Facebook, utilizamos el buscador de grupos de la red. En la semana que seleccionamos para realizar este estudio –elegimos al azar la semana del 20 al 27 de junio

¹ Todos los grupos tienen elementos predeterminados: permiten colocar un nombre, un logo, información básica y de contacto; tienen las secciones de Miembros, Foro de debate, Muro, Fotos, Videos, Eventos y elementos publicados.

de 2009– existían 537 grupos clasificados dentro de Política, y entre ellos encontramos trece referidos a la política en Venezuela. Doce de ellos eran de acceso abierto, es decir, cualquier miembro de la red puede unirse cuando lo desee o ser invitado a él; su información y contenido pueden ser vistos por cualquier persona y puede ser indexado por los motores de búsqueda. Uno, *A que consigo mas de 4.760.485 personas que NO quieren la enmienda*, era privado: quien desee entrar al grupo debe solicitarlo y ser aceptado por los administradores. Cualquiera puede ver la información del grupo, pero sólo los miembros pueden ver el contenido de las secciones.

El grupo más grande, llamado *Leopoldo López, candidato a presidente 2012*, y al cual nos referiremos luego con más detalle, tenía para ese momento 194.263 miembros. El segundo en cuanto a tamaño era *A que consigo 5.000.000 de personas que digan No! A la reelección de Chávez*, que contaba con 124.533 miembros; y el tercero, *No a la reelección indefinida de Chávez*, reunía a 105.230 miembros.

A continuación se presenta la **tabla n° 1** que refiere los trece grupos sobre política nacional que identificamos, organizados en forma descendente según el número de miembros. Hemos mantenido los criterios gráficos que utilizan los creadores de los grupos para denominarlos. El dato del número de miembros –que varía frecuentemente– fue recabado el 20 de junio de 2009.

Tabla 1
Grupos sobre política venezolana organizados en Facebook

N°	Nombre	N° de miembros
1	LEOPOLDO LÓPEZ, Candidato a Presidente 2012	194.263
2	A que consigo 5.000.000 de personas que digan ¡NO! A la Reelección de Chávez	124.533
3	No a la reelección indefinida de Chávez	105.230
4	¡¡¡No más Chávez!!!	78.392
5	apuesto a que encuentro a 1.000 personas que odien a HUGO CHÁVEZ	55.103
6	LA FORMA MÁS SEGURA DE RASPAR TUS CUPOS	51.823

Tabla 1 (continuación)

N°	Nombre	N° de miembros
7	VENEZOLANOS POR EL «NO» A LA ENMIENDA CONSTITUCIONAL	41.757
8	26 millones contra 26 leyes	30.080
9	A que consigo más de 4.760.485 personas que NO quieren la enmienda	29.634
10	NO A LA NUEVA ENMIENDA O REFORMA DE CHÁVEZ PARA PERPETUARSE EN EL PODER	28.356
11	APOYAMOS A MANUEL ROSALES	24.632
12	Por la Recuperación de Carabobo: HENRIQUE SALAS FEO, de nuevo: GOBERNADOR	20.566
13	KINI PRESIDENTE DE VENEZUELA	16.627

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse, **once de los trece grupos se identifican claramente como de oposición al gobierno del presidente Hugo Chávez**. Cuatro de ellos hacen referencia directa a su oposición al mandatario, cuatro se posicionan contra propuestas gubernamentales y tres de ellos manifiestan su apoyo a algún personaje público de oposición. Los dos que no explicitan en el nombre su posición política son *Kini, presidente de Venezuela*, que hace alusión al conocido muñeco del ventrílocuo Carlos Donoso; y *La forma más segura de raspar tus cupos*, que hace referencia a cómo consumir la cantidad de dólares asignados por Cadivi a los venezolanos. El primero, en su descripción, hace una parodia de lo que se necesita para convertirse en presidente de Venezuela. El segundo convoca a eventos en los que se refleja su postura opositora.

En el logo que acompaña al nombre y la descripción del grupo también se manifiesta claramente la posición política de los grupos. Los cinco grupos que hacen mención a Chávez en su nombre, se acompañan gráficamente por alguna foto, fotomontaje o caricatura de éste. En todos los casos, Chávez aparece rechazado o ridiculizado. Al contrario, en los tres grupos

que apoyan a algún líder de la oposición la imagen que los identifica es una fotografía que exalta al personaje.

Esta primera revisión permite ver que **la totalidad de los grupos se hace eco de la polarización que caracteriza la política venezolana, que se entiende en términos de apoyo o rechazo al presidente Chávez y su gestión.** En esto el espacio público virtual sigue al espacio público que se observa en los medios tradicionales y en el debate político en general. Esta tendencia también ha sido identificada por Mireya Lozada (2004) en su estudio sobre el ciberciudadano venezolano.

Para la fecha del estudio, el espacio de los grupos políticos de Facebook estaba siendo utilizado exclusivamente por opositores al presidente Chávez. Si bien sus partidarios hacían incursiones en esos grupos, como veremos más adelante, ninguno de ellos había iniciado un grupo de apoyo a su líder, lo que hace pensar que todavía no habían identificado el potencial que van teniendo las redes sociales virtuales para la cohesión de sus miembros en torno a un ideal o personaje político. La situación era similar en el caso de la red social Myspace, con mucha menos preferencia entre los venezolanos. Según Alexa (2009), esta red ocupaba en junio de 2009 el puesto 52 del ranking de sitios más visitados por los venezolanos. De sus trece grupos que se refieren a política nacional, inventariados dentro de un total de 229 grupos clasificados en la categoría Gobierno y Política, sólo cuatro de ellos manifestaban apoyo al presidente Chávez. El más numeroso se llama Movimiento Socialista Venezolano y tenía 123 miembros; era el grupo más grande dedicado a política nacional en esa red.

En cuanto a la actividad y el uso de las secciones dentro de los grupos, la frecuencia de actualizaciones en **el Muro** y los foros de debate indica que de los doce grupos de Facebook con acceso abierto, once de ellos se mantenían para esa fecha con una actividad constante desde su creación (**ver tabla n° 2**). En todos ellos la sección que reportó más actividad fue el Muro, en el que los miembros tienen la posibilidad de escribir mensajes que pueden ser leídos por toda la comunidad. En cuanto al uso de los demás recursos, resaltaba el grupo llamado *No más Chávez!!!* Era el primero en cuanto al número de enlaces, videos y fotos publicados. Asimismo, era el que mantenía más activa la sección de noticias, escasamente utilizada por el resto de los grupos.

Tabla 2
Uso de los recursos de Facebook en los grupos sobre política venezolana

Nº ²	Nombre	Mensajes en el muro	Temas de debate	Noticias	Enlaces	Videos	Fotos
1	Leopoldo López...	6953	82	1	4	7	0
2	A que consigo...	3622	135	0	216	18	437
3	No a la reelección...	4149	188	1	263	24	575
4	No más Chávez	3269	351	Enlace a 43	743	83	868
5	Apuesto a que...	3549	358	1	458	67	601
6	La forma más...	786	11	0	21	3	23
7	Venezolanos por el «no»...	1177	34	0	92	8	130
8	26 millones...	745	46	1	66	6	63
9	No a la nueva...	0	0	0	0	0	0
10	Apoyamos a Manuel...	1297	30	0	39	5	60
11	Por la Recuperación...	1772	0	2	5	5	445
12	Kini Presidente...	365	6	0	56	9	41

Fuente: elaboración propia.

Otra sección de escasa utilización es la **convocatoria a eventos**; de los doce grupos de acceso abierto sólo la mitad la usa. En varios casos se hace una equivocada utilización de la herramienta, pues aunque se publica alguna información no se trata de una convocatoria a la que los miembros puedan responder. Cuando se emplea adecuadamente, destacan dos características: a) los eventos a los que se invita son, en su mayoría, fuera de la red virtual, se llama a concentraciones de calle; y b) estas convocatorias pretenden una respuesta global, simultánea, en varias ciudades del mundo. En la **tabla n° 3** se resume cómo se utiliza esta aplicación. Hemos omitido las convocatorias que no califican como tales.

² Se ha omitido el grupo llamado *A que consigo mas de 4.760.485 personas que NO quieren la enmienda* porque no se pueden contabilizar los recursos al ser de acceso restringido.

Tabla 3

Uso del recurso «Eventos» en los grupos de Facebook sobre política venezolana

Grupo	Convocatorias	Offline	Alcance de la Convocatoria Offline	Online
Leopoldo López...	3	1	Local	2
No más Chávez	5	5	Global	0
Apuesto a que...	1	1	Global	0
La forma más...	2	0		2
Venezolanos por el "No"...	1	0		1
Apoyamos a Manuel...	1	1	Local	0

Fuente: elaboración propia.

En el grupo de apoyo a la candidatura presidencial de Leopoldo López, si bien se registran cinco convocatorias, sólo tres califican como tales. Una refiere a un llamado a asistir a un Foro sobre la enmienda constitucional, que se efectuaría en Barcelona (Edo. Anzoátegui); y otras dos son convocatorias a reuniones virtuales en el espacio del grupo. Por su parte, *Apoyamos a Manuel Rosales* también pretende que el grupo sea un espacio para motivar acciones de calle y utiliza la sección para llamar a una concentración en Maracaibo.

El grupo *No más Chávez* hace cinco convocatorias, cuatro de las cuales son a concentraciones frente a embajadas y consulados en ciudades de Estados Unidos para protestar contra el gobierno venezolano, y una es la invitación a una manifestación en Colombia. *apuesto a que encuentro a 1000 personas que odien a HUGO CHÁVEZ* se hace eco de la convocatoria del grupo *No más Chávez* a las concentraciones frente a las embajadas.

El grupo *La forma más segura de raspar tus cupos* utiliza esa sección para convocar una reunión virtual del grupo y una acción contra CADIVI: proponen colmar el buzón de correo electrónico de la institución como forma de protesta. El grupo *Venezolanos por el No a la enmienda constitucional* hace dos convocatorias, una de las cuales no se concreta y la otra es un llamado a inscribirse en *mercadolibre.com*, para que, a cambio, esta empresa apoye la propaganda anti-Chávez.

Como se observa en la **tabla n° 3**, el grupo *No más Chávez* demuestra, también en esta categoría, una mayor actividad que el resto de los grupos estudiados. Propone el 11 de abril como el Día Mundial contra Chávez, y llama a concentraciones en todo el mundo. Esa convocatoria, realizada inicialmente en este grupo de Facebook, fue replicada luego en varios blogs. El llamado fue acogido en Madrid, donde se concentró medio centenar de personas, según informaron CadenaGlobal.com (2008) y El Observador en línea (2008).

Aunque el alcance luce reducido cuando lo comparamos con otras convocatorias que se han hecho a través de espacios virtuales, esta experiencia habla del potencial de las redes sociales para organizar acciones enmarcadas en lo que ha sido llamado ciberactivismo o activismo digital. Una muestra más contundente de ese potencial es el caso del grupo de Facebook *A Million Voices Against FARC*, que convocó concentraciones contra el grupo terrorista colombiano, llamado que fue atendido en 165 ciudades por millares de personas (Neumayer & Raffl, 2008); o la convocatoria que hizo a través del correo electrónico MoveOn, movimiento ciberactivista que cuenta con más de cinco millones de miembros en todo el mundo, para protestar contra la guerra en Irak, y que logró reunir a un millón de personas en vigiliyas contra la guerra en 130 ciudades (Boyd, 2003). Luego de esta descripción de la morfología de los grupos, pasemos al **contenido** que se maneja en ellos.

III. LOS TEMAS DE LOS FOROS DE DISCUSIÓN

La aproximación a la morfología de los grupos indica que Facebook es un espacio utilizado asiduamente por algunos venezolanos como medio para expresarse y comunicarse sobre la política nacional, lo cual nos llevó a preguntarnos por **los temas que se tratan en estos grupos y las relaciones que se establecen entre los miembros**, aspectos que abordaremos en los siguientes apartados.

Para conocer los temas tratados, hicimos un **análisis de contenido de los foros de discusión del grupo con mayor número de miembros**, referido al apoyo de la candidatura presidencial de Leopoldo López. Elegimos

los foros porque son espacios diseñados para el intercambio de ideas: cualquier miembro puede iniciar un foro y cualquiera puede intervenir en él. En este grupo se han iniciado 82 foros desde su creación. Sin embargo, para el análisis sólo consideramos los 51 foros que se mantenían activos durante la semana de estudio. Más del 70% de los temas no fueron seguidos por los miembros del grupo; no superaron los 10 mensajes. Sólo un tema tuvo más de 70 intervenciones.

Clasificamos el contenido de los temas de debate en 9 grupos, según la temática predominante en ellos. La determinación de la **categoría temática** se realizó luego de leer los mensajes de todos los foros e identificar los asuntos que más se repetían. En algunos casos, se optó por dividir una categoría en dos, dada la recurrencia especial de un aspecto en los foros. Esto lo hicimos con el subtema inhabilitación, que separamos de la categoría Leopoldo López; y el subtema partidos políticos, que podría incluirse en la categoría de Unidad opositora. Las categorías de contenido se describen a continuación.

1. Leopoldo López, que recoge 11 temas relacionados con el apoyo a la candidatura presidencial única de Leopoldo López para el 2012, la agenda del político, y un foro sobre el parentesco de Leopoldo López con Simón Bolívar.
2. Unidad opositora, que reúne 9 foros que tienen como tema principal la necesidad de que la oposición se una para hacer frente electoralmente a Chávez.
3. Acciones de Chávez, en el que incluimos 9 temas que hacen referencia a: a) acciones tomadas por el presidente o su gobierno, tales como regalos a otros países, expropiación de empresas, medidas económicas, entre otras; b) acciones que, según piensan los foristas, podría realizar el presidente, como utilizar la gripe AH1N1 para impedir manifestaciones políticas; y c) comparaciones entre la actuación de Chávez y la de gobiernos extranjeros no democráticos, como las equi-paraciones que se hacen con la situación en Irán.
4. Partidos políticos, que agrupa 4 foros en los que la temática principal es la crítica a la actuación de los partidos políticos de oposición.

5. Participación política, que comprende 3 foros en los que se trata sobre acciones políticas propuestas por los ciudadanos, tales como el apoyo a Globovisión, la desobediencia civil y el movimiento estudiantil.
6. Inhabilitación de Leopoldo López: reúne 4 temas donde se discute principalmente el tiempo que durará la medida y se toma posición sobre ésta.
7. Grupo: que incluye 3 temas en los que se tratan aspectos relativos a la organización del grupo de Facebook.
8. *Spam*: que acoge 4 temas con contenido publicitario o donde se toma posición sobre el *spam* en el grupo.
9. Otros: categoría que incluye 4 foros de temática variada, a saber, pobreza, emigración, propuesta de federalismo para Venezuela y propuestas para mejorar el país.

El tema de la unidad opositora no sólo es el segundo que más se repite en los foros, luego del tema de Leopoldo López que, como era de esperarse, es el más tratado, sino que los foros que se refieren a él tienen alta participación. El tema de Leopoldo López está claramente asociado a éste, pues se ve en él un líder político que puede responder a los deseos de una candidatura única de la oposición. A su vez, el de partidos políticos también guarda estrecha relación con él, dado que la crítica a estas organizaciones viene dada por su incapacidad para lograr la unidad. Al hacer el ranking de los foros en función del número de mensajes publicados encontramos que en los 5 primeros lugares se ubican 3 temas relacionados con esta categoría (ver tabla 4).

El examen de la temática de los foros indica que en ellos se comparte tanto las reacciones a temas de la agenda mediática como el interés por debatir asuntos que se consideran como importantes, aunque no se relacionen directamente con un hecho noticioso. Diecisiete de los 51 foros estudiados se refirieron a un tema presente en la agenda de los medios; tal es el caso del que trata de la gripe AH1N1, el conflicto en Irán, la inhabilitación de Leopoldo López o los conflictos laborales, por citar unos casos. Treinta de los temas se centraron en asuntos de actualidad pero que no fueron explíci-

Tabla 4
Ranking de los temas de discusión según el número de mensajes recibidos

Posición	Título del debate	Tema	Nº. de mensajes
1	¿Qué le falta y en qué podemos ayudar a Leopoldo López para que sea nuestro próximo presidente de la república?	Unidad opositora	78
2	La Pobreza: ¿Qué proponen para el mejoramiento de nuestra Calidad de Vida en la sociedad venezolana?	Pobreza	55
3	¿Leopoldo López sabrá que este grupo de apoyo a su personaje político existe?	Leopoldo López	52
3	¡Vota en la encuesta y nos daremos cuenta!	Unidad opositora	52
4	Un solo partido	Unidad opositora	47
4	¿Qué prometes si Leopoldo es presidente?	Emigración	47
5	Debe volver Leopoldo López al PJ	Partidos políticos	38
5	Leopoldo López (desendiente de Bolívar, para rabia de algunos). Ellos también son bolivarianos ...pero de sangre	Leopoldo López	38

Fuente: elaboración propia.

tamente referidos a un hecho noticioso concreto, tales como la necesidad de la unidad opositora, las causas y posibles soluciones al problema de la pobreza, o la plataforma política que debería impulsar la candidatura de Leopoldo López.

En los foros del grupo analizado se observa un predominio de temas locales, a pesar del alcance global de Internet y de Facebook. Esto ha sido identificado también por Becker y Wehner (Citados por Rasmussen, 2009). Aunque encontramos temas internacionales, como el conflicto en Irán, éstos

se enfocan desde una perspectiva local, se intenta establecer relaciones entre la situación en ese país y en Venezuela.

IV. LOS FOROS COMO ESPACIOS DE DISCUSIÓN

En su análisis sobre Internet y la participación política, Kim (2006) afirma que la red se diferencia de los medios tradicionales en que permite a los ciudadanos deliberar sobre intereses comunes, asuntos de interés general y temas conflictivos, entendiendo la deliberación como un discurso interpersonal dirigido a resolver alternativas conflictivas sobre asuntos públicos. Esta premisa ha sido confirmada por Dahlberg (2001) en su estudio sobre el caso de Minnesota E-Democracy, grupo de discusión que funciona a través del correo electrónico.

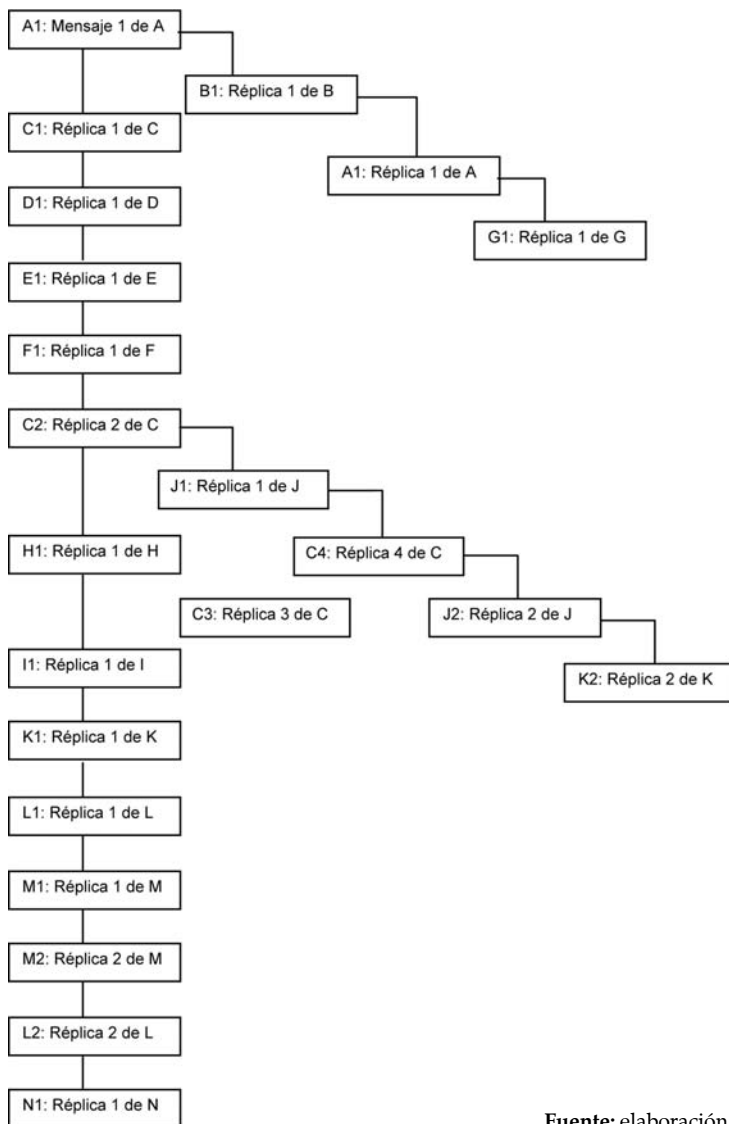
Para analizar si los foros del grupo *Leopoldo López, candidato a presidente 2012* funcionan como un espacio de deliberación, tomamos al azar uno de ellos, titulado *Para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010...*, que tiene 24 mensajes y en el que participan 15 personas³. Seguimos el modelo propuesto por Vergeer y Hermans (2008) para visualizar las discusiones *online*. En él se indican los mensajes con recuadros y se identifica a cada participante con letras consecutivas. Véase el **gráfico N° 1** del tema de discusión elegido.

El tema se inicia con un comentario referido a la necesidad de contar con la mayoría de los diputados de oposición en la Asamblea Nacional para que se pueda discutir la posibilidad de una amnistía que revierta la inhabilitación de Leopoldo López. La mayoría de las intervenciones responden al mensaje 1 de A. Pero en la discusión surgen otros dos temas: el ataque contra los partidarios de Acción Democrática, que se visualiza en el gráfico con la réplica 1 de B, y la posible candidatura presidencial única de Henrique Salas Feo, que comienza con la réplica 2 de C.

³ Estos números no coinciden con el gráfico que se presenta a continuación, porque los administradores eliminaron dos comentarios.

Gráfico 1

Análisis de red del foro *para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010*



Fuente: elaboración propia.

En este foro se abre un espacio para la discusión de asuntos públicos en el que participan 13 personas en igualdad de condiciones, en el que a partir de un tema inicial surgen otros intereses a medida que se desarrolla la conversación. Este espacio es diferente al de los medios de comunicación de masas, en los que se utilizan criterios para la jerarquización de las opiniones y de las fuentes dependiendo de su grado de institucionalización y relevancia social, y donde suele considerarse un número menor de participantes. Sin embargo, el foro no es un ámbito de deliberación, no se busca el consenso, no se concreta ninguna acción, no se define ninguna solución.

No hay reglas definidas para la intervención en el foro. Otros grupos sí establecen unas pautas que regulan las relaciones entre los participantes. Tal es el caso del grupo *Barack Obama (One Million Strong for Barack)* (Facebook, 2009a), que en su descripción establece normas para publicar fotografías, limita el uso de símbolos, advierte que no se permite el trato irrespetuoso entre los participantes ni *spam*, señala que las intervenciones deben tener alguna información, argumento o sustancia, e indica que los ataques deben estar sustentados, entre otras normas. En otros grupos, la regulación de los foros viene dada por las sanciones sociales de los participantes, quienes ignoran los comentarios ofensivos e irrespetuosos. Así, la indiferencia cumple una función punitiva (Janack, 2006). En el foro analizado, esto ocurre con el comentario del participante I, que se muestra ofensivo y es ignorado por los foristas.

Janack (2006) explica que cuando el comentario no es ignorado, generalmente se utiliza otro recurso disciplinario: el ataque *ad hominem*. Tipifica tres variaciones de este recurso: la calificación del participante que ha hecho el comentario irrespetuoso u ofensivo como «trol»; el ataque a quien hace el comentario, no a su argumento; y el uso del nombre de quien hizo el comentario ofensivo para hacerle comentarios también ofensivos. En el foro analizado, cuando los comentarios no fueron ignorados se recurrió al segundo tipo de ataque. El comentario ofensivo del participante H fue respondido en los mismos términos por C en la réplica 3. Tanto en el caso de I como en el de H, ambos defendieron una postura ideológica a favor del chavismo, contraria a la de los otros participantes.

En este foro, los coordinadores del grupo no intervinieron. Una situación distinta se dio en el foro llamado *LEOPOLDO LÓPEZ (descendiente de*

Bolívar, para rabia de algunos) Ellos también son bolivarianos ...pero de sangre, en el que uno de los administradores anuncia que los comentarios de uno de los foristas fueron eliminados porque utilizó «un lenguaje poco apropiado» (Facebook, 2009c). Por los comentarios de los otros participantes se puede saber que este forista mantenía una postura pro-gobierno, contraria a la de la mayoría de los participantes. Los mensajes ofensivos de éstos no fueron eliminados.

V. LA HOMOGENEIDAD POLÍTICA DE LOS FOROS

Kim (2006) afirma que una característica de los foros virtuales es que quienes intervienen mantienen una postura ideológica similar, las comunidades virtuales tienden a ser homogéneas. Justo porque uno de los méritos de Internet es conectar personas con intereses y metas comunes, las visiones divergentes suelen ser aisladas. Esto fue confirmado cuando analizamos el grupo de apoyo a Leopoldo López. La mayoría de los participantes se posicionan contra el presidente Chávez y a favor de López, con la excepción de los dos participantes que mostraron posturas a favor de Chávez y que, como indicamos anteriormente, fueron ignorados o atacados.

Aunque los participantes que comparten la misma postura ideológica no coincidan en sus planteamientos, suelen tratarse con respeto. En el foro analizado, sólo se da una excepción. En su mensaje inicial, A hace un comentario en el que manifiesta su rechazo a los adecos, que es respondido ofensivamente por B. A replica de modo ofensivo también. Finalmente interviene G, quien les exige mayor respeto.

Esas reconveniones no se presentan cuando los intercambios de insultos provienen de participantes con posturas ideológicas distintas. Cuando G hace el llamado a los otros participantes para que actúen como personas «civilizadas» dice «No se copien lo malo» (Facebook, 2009d), indicando que los insultos son una característica de «los otros». Esto guarda relación con lo señalado por Mireya Lozada (2004:172) cuando afirma que «(...) *la polarización arrastra la percepción estereotipada entre grupos opuestos, la confrontación aumenta la solidaridad y cohesión al interior de cada grupo, evidenciándose una dicotomía ellos/nosotros*».

En todos los temas de debate iniciados en este grupo de Facebook participan principalmente miembros con una clara postura a favor de Leopoldo López y la oposición. Sólo en cuatro foros se observa la participación de personas que se muestran a favor de Chávez. Si bien los grupos de Facebook pueden ser un espacio de discusión, éstos no se constituyen como ámbitos de encuentro o reconciliación entre posturas políticas contrarias. Más bien, reflejan la pugnacidad del debate político. Esta pugnacidad se manifiesta de dos formas: la descalificación del oponente, como ya indicamos anteriormente, y la atribución de malas intenciones a éste. Esto es consistente con lo encontrado por Lozada (2004). En el tema *Gripe AH1N1, Justo a tiempo?* (Facebook, 2009b), en el mensaje inicial se manifiesta el temor de que el virus sea utilizado por el gobierno para impedir manifestaciones políticas.

Al indicar los aspectos negativos de los foros virtuales, Dahlberg (2001) señala que en muchos de ellos se manifiesta poco respeto entre los participantes y su falta de compromiso para tratar con las diferencias. En el caso de los foros analizados en el grupo de apoyo a Leopoldo López esta valoración se reafirma. Dahlberg (2001) también señala que en los foros existe escasa reflexividad. En el foro *Para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010...* no encontramos esta capacidad de posicionarse críticamente ante las propias opiniones y supuestos. Los participantes buscan reafirmar sus opiniones y en ningún caso se da un cambio de ellas.

En este foro, la intención de los participantes parece ser dar a conocer y reafirmar opiniones, más que buscar información o distribuirla. En esto coincide con lo encontrado por Hacker (Citado por Kim, 2006) al analizar el contenido de discusiones *online* en Estados Unidos. Sólo en 7 de los 50 foros que estaban activos durante la semana analizada en el grupo se presenta alguna información, y sólo uno de ellos supera los 4 mensajes, el que divulga información sobre la fecha en la que culminará el período de inhabilitación de Leopoldo López. Los otros temas, a saber, apoyo económico a Globovisión, la participación de Leopoldo López en el Foro sobre la Libertad celebrado en Oslo, el proyecto de Ley Inmobiliaria, la audiencia de Leopoldo López en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, una

carta de Lázaro Forero desde la prisión y un enlace a una noticia de *El Universal* sobre la propuesta del Movimiento Demócrata Liberal de crear un sistema federal para solucionar crisis de gobernabilidad, no captan el interés de los miembros del grupo. Esto, sumado a la escasa utilización de la sección Noticias en los grupos, nos lleva a señalar que en el caso venezolano, los grupos de Facebook se constituyen en espacios para el diálogo sobre la política, más que como espacios para la información sobre política.

Al ser un espacio para comunicar opiniones sobre la política y no para informar sobre ella, el estilo del discurso sigue el tono de una conversación más que el de una noticia. Está plagado de expresiones coloquiales, tales como «Sin caernos a muela» (Facebook, 2009d), que utiliza el participante A del foro *Para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010...*, o «no apuestes aun (sic) caballo perdedor» (Facebook, 2009d) que dice C.

En temas en los que el planteamiento inicial es más emotivo, la afectividad de los participantes se exagera. Esto se observa en el foro *LEOPOLDO LÓPEZ (descendiente de Bolívar, para rabia de algunos)*. Ellos también son *bolivarianos ...pero de sangre*, en el que el mensaje inicial informa sobre el parentesco de López con Simón Bolívar. Este foro refleja lo que afirma Lozada (2004:171): «el ciudadano de la Red es venezolano, a esta ubicación territorial, se aún el reconocimiento a un colectivo que comparte una memoria histórica, una serie de referentes simbólicos y culturales». Al mensaje inicial, los participantes responden con comentarios tales como «lo admiro demasiado!» o «Definitivamente Leopoldo es el Hombre!!!» (Facebook, 2009c), los cuales, más que indicar una opinión, manifiestan sentimientos. Como indica Lozada (2004), también se encuentra en el discurso de los foros virtuales la ironía o la sátira. En nuestro estudio encontramos dosis de ellas, principalmente en el grupo *KINI PRESIDENTE DE VENEZUELA!!!!*

VI. EL USO DE FACEBOOK COMO ESPACIO DE DISCUSIÓN DE LA POLÍTICA VENEZOLANA

Este estudio de los grupos de Facebook que tratan sobre la política nacional nos permite hacer una descripción inicial del uso político que están

haciendo los venezolanos de este espacio. **Los grupos de Facebook aparecen como ámbitos dominados por la oposición, que los participantes utilizan para divulgar y reafirmar sus opiniones y para dialogar con personas que comparten su postura política.** Todos los elementos, tanto visuales como escritos, hacen explícita esta postura. Las intervenciones de personas que sostienen una posición a favor del presidente Chávez o su gobierno son escasas y ofensivas. Suelen ser ignoradas o atacadas por los demás foristas. En ese sentido, este espacio virtual replica la polarización que caracteriza al debate político venezolano y a los medios de comunicación tradicionales.

Aunque en los grupos es tímido el uso que se hace de la convocatoria a eventos, aparecen dos tendencias: la utilización de la red social como plataforma para impulsar acciones de calle, y la pretensión del alcance global de esas acciones. A los participantes en los grupos les interesan principalmente temas locales, sobre todo, el tema de la unidad de la oposición. Los escasos asuntos internacionales que tratan son referidos a la situación del país. No limitan la discusión a noticias, sino que debaten sobre temas de actualidad que consideran importantes.

Los foros de Facebook estudiados funcionan como **espacios de diálogo, no de deliberación**, puesto que las conversaciones no conducen al compromiso con soluciones o acciones concretas. El diálogo se plantea entre personas con posturas políticas comunes. Los grupos se usan como espacios para relacionarse con el hecho político, no para informarse sobre política. Consistente con ese uso, el discurso sigue las formas de una conversación, no del relato periodístico. Abundan los coloquialismos, la manifestación de sentimientos y las ironías. Aunque no hay reglas explícitas para la participación en ellos, sí operan sanciones sociales para regular las intervenciones. En concreto observamos dos: la indiferencia y los ataques personales a quien ofende a los foristas. Esta descripción debe ser contrastada y completada con otros estudios sobre cómo están siendo utilizados los diferentes espacios públicos, tanto físicos como virtuales, por los venezolanos. Comprender esos usos puede ayudar a situar el papel que están desempeñando los medios de comunicación, tradicionales y nuevos, en la dinámica social y política del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXA

2010 *Top Sites in Venezuela*. Recuperado el 5 de abril de 2010 de <http://www.alexa.com/topsites/countries/VE>

2009 *Top Sites in Venezuela*. Recuperado el 4 de julio de 2009 de <http://www.alexa.com/topsites/countries/VE>

BOYD, Andrew

2003 The Web Rewires the Movement. *Nation*, 277(4), 13-18. Recuperado el 27 de febrero de 2010 de Academic Search Complete database.

CADENAGLOBAL.COM

2008 Abril 11 *Venezolanos piden en Madrid «No más Chávez»*. Recuperado el 4 de julio de 2009 de <http://www.cadenaglobal.com/noticias/default.asp?Not=171653&Sec=5>

COBO, Cristóbal y PARDO, Hugo

2007 *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona-México: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universidad de Vic, Flacso. Recuperado el 6 de abril de 2010 de <http://www.planeta-web2.net/>

COMPETE

2009 *Profiles*. Recuperado el 27 de Junio de 2009 de <http://siteanalytics.compete.com/facebook.com+myspace.com+twitter.com/>

DAHLBERG, Lincoln

2001 Extending the public sphere through cyberspace: The case of Minnesota E-Democracy. *First Monday* 6 (3). Recuperado el 29 de junio de 2009 de http://firstmonday.org/issues/issue6_3/dahlberg/index.html

ELOBSERVADOR EN LÍNEA

2008 Abril 11 «No + Chávez» pidió medio centenar de venezolanos en Madrid. Recuperado el 4 de julio de 2009 de <http://elobservador.rctv.net/Noticias/VerNoticia.aspx?NoticiaId=235065&>

EMARKETER

2009 *Traditional Media Use Stabilizes as Online Rises*. Recuperado el 5 de Julio de 2009 de <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1006892>

FACEBOOK

2009a *Barack Obama (One Million Strong for Barack)*. Descripción. Recuperado el 5 de Julio de 2009 de <http://www.facebook.com/home.php?#/group.php?gid=2231653698>

2009b *Gripe AH1N1, Justo a tiempo?* Recuperado el 5 de julio de 2009 de <http://www.facebook.com/topic.php?uid=51324981557&topic=6367#/topic.php?uid=51324981557&topic=9410>

2009c *LEOPOLDO LÓPEZ(desendiente de Bolívar,para rabia de algunos) Ellos también son bolivarianos ...pero de sangre*. Recuperado el 5 de julio de 2009 de http://www.facebook.com/topic.php?uid=51324981557&topic=6367#topic_top

2009d *Para habilitar a Leopoldo necesitamos una Asamblea Nacional a nuestro favor en el 2010...* Recuperado el 5 de julio de 2009 de <http://www.facebook.com/topic.php?uid=51324981557&topic=6367#/topic.php?uid=51324981557&topic=6724>

JANACK, James

2006 *Mediated Citizenship and Digital Discipline: A Rhetoric of Control in a Campaign Blog*1. *Social Semiotics*, 16(2), 283-301. Recuperado el 9 de junio de 2009, doi:10.1080/10350330600664862

KIM, Ji-Young

2006 *The impact of Internet use patterns on political engagement: A focus on online deliberation and virtual social capital*. *Information Polity: The International Journal of Government & Democracy in the Information Age*, 11(1), 35-49. Recuperado el 13 de junio de 2009, de Library, Information Science & Technology Abstracts database.

LOZADA, Mireya

2004 *El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina*. En Mato, D. (Coord). *Políticas de Ciudadanía y Socie -*

dad Civil en tiempos de globalización. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela. Recuperado el 13 de junio de 2009 de <http://globalcult.org.ve/pub/Rocky/Libro2/Lozada.pdf>

NEUMAYER, Christina y RAFFL, Celina

2008 *Facebook for Protest? The Value of Social Software for Political Activism in the Anti-FARC Rallies*. Recuperado el 13 de junio de 2009 de http://www.digiactive.org/wp-content/uploads/research1_neumayer-raffl.pdf

NOTICIAS 24

2010 *Reuters: Venezuela se engancha cada vez más a las redes sociales*. Recuperado el 5 de abril de 2010 de <http://www.noticias24.com/tecnologia/noticia/2880/reuters-venezuela-se-engancha-cada-vez-mas-a-las-redes-sociales/>

PEÑA, María Eugenia y BAUTISTA, Paola

2007 *La información en tiempos de Chávez: un modelo comunicacional hegemónico*. *Légete*, 9, 5-30.

RASMUSSEN, Terje

2009 *The Significance of Internet Communication in Public Deliberation*. *Javnost-The Public*, 16(1), 17-31. Recuperado el 25 de junio de 2009, de Academic Search Complete database.

RODRÍGUEZ, J.

2009 *Junio 16. Aumenta 1.200% el uso de Facebook en Venezuela durante 2008*. *El-nacional.com*, Recuperado el 20 de junio de 2009 de <http://el-nacional.com>

VERGEER, Maurice y HERMANS, Liesbeth

2008 *Analysing Online Political Discussions: Methodological Considerations*. *Javnost-The Public*, 15(2), 37-55. Recuperado el 9 de junio de 2009, de Academic Search Complete database.

WILLIAMS, Christine y GULATI, Jeff

2008 The political impact of Facebook: Evidence from the 2006 midterm elections and 2008 nomination contest. *Politics and Technology Review*, 1, 11-21. Recuperado el 3 de junio de 2009 de [http:// blogsandwikis.bentley.edu/politechmedia/wp-content/uploads/2008/01/gwdis-course11jan08.pdf](http://blogsandwikis.bentley.edu/politechmedia/wp-content/uploads/2008/01/gwdis-course11jan08.pdf)

CHARO SÁDABA (España)

XAVIER BRINGUÉ (España)

MABEL CALDERÍN (Venezuela)

CHARO SÁDABA (España)

Profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, donde imparte las asignaturas de Marketing Especializado y Nuevos Medios Publicitarios. Es Directora de Investigación del Foro Generaciones Interactivas. En los últimos años ha publicado numerosos artículos y libros, nacionales e internacionales sobre menores y tecnología. Ha actuado como experta independiente del programa *Safer Internet* de la Comisión Europea.

Dirección: Fac. Comunicación, Universidad de Navarra. Campus Universitario s/n. 31080 Pamplona. (España).

Correo electrónico:

Teléfono: +34 948425600 ext.2292. Fax: +34 948425636

XAVIER BRINGUÉ (España)

Licenciado en Ciencias de la Educación y Doctor en Comunicación. Entre 1990 y 1994 trabajó como profesor de enseñanza Primaria y Secundaria en el Colegio Irabia de Pamplona. En 1994 se incorporó a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra como profesor en la recién creada Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas. En 1996 trabajó en la London School Of Economics como Research Scholar. En la actualidad es Profesor Adjunto del Departamento de Empresa Informativa e imparte su docencia para las asignaturas de Psicología e Investigación de Mercados. También es miembro de la *Society of Consumer Psychology*, subdirector del Instituto de Ciencias para la Familia y Subdirector del Departamento de Empresa Informativa, en la Universidad de Navarra.

Dirección: Facultad de Comunicación. Departamento de Empresa Informativa. Ed. Bibliotecas. Universidad de Navarra. 31080 Pamplona (España).

Correo electrónico: jbringue@unav.es

Teléfono: +34 948425600. Fax: +34 948425619

MABEL CALDERÍN (Venezuela)

Profesora Agregada, investigadora docente del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC-UCAB). Licenciada en Información Científico Técnica y Bibliotecología en la Universidad de La Habana, Cuba. Especialista en Gerencia de Redes de Unidades de Servicios de Información en la Universidad Central de Venezuela (UCV). Magíster Scientiarum en Sistemas de Información en la UCAB. Coordinadora de la línea de investigación: Tecnologías de Información y Comunicación. Sistemas de Información Documental. Colaboradora en publicaciones especializadas nacionales e internacionales. Dirección: Centro de Investigación de la Comunicación (CIC-UCAB). Universidad Católica Andrés Bello. Av. Teherán, Urbanización Montalbán, Apartado Postal 20332 Caracas, 1020 - Venezuela. UCAB. Edificio Cincuentenario, Piso 5.

Correo electrónico: mcalderi@ucab.edu.ve

Teléfonos: +58 (212) 407 4189 / 407 4405.

Fax: +58 (212) 407 4404



CHARO SÁDABA



XAVIER BRINGUÉ



MABEL CALDERÍN

La Generación Interactiva Venezolana: su relación con la computadora y el acceso a Internet

The generation interactive Venezuelan: their relationship with the computer and the access to Internet

Recibido: 20/ 09/ 2010

Aceptado: 26/ 10/ 2010

© De conformidad por su autores para su publicación. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de los autores. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial Nº 4638 Extraordinario. 1º de Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

RESUMEN

MABEL CALDERÍN, CHARO SÁBADA y XABIER BRINGUÉ

La Generación Interactiva Venezolana: su relación con la computadora y el acceso a Internet

Mediante un 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. Se responden preguntas relacionadas con la realidad experimentada al respecto por los menores venezolanos. Se describe el escenario en el que actúa la generación interactiva venezolana y se analiza la relación que mantienen con la computadora y su conexión a Internet los niños y adolescentes de edades comprendidas entre 6 y 18 años que viven en este país. Para llegar a entender el caso de Venezuela, se realiza una breve descripción de su actividad económica, su población, su realidad educativa y sus rasgos diferenciales en lo relativo al acceso a las TIC. Así, se exponen los aspectos contextuales que pueden influir en el consumo cultural y en el uso que hacen de las computadoras e Internet los niños y adolescentes venezolanos. Entre los resultados destaca el hecho de que 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 Cybercafés (55,5%), el segundo lugar lo ocupa el hogar (51%) y el tercero las viviendas de amigos y familiares. Al mismo tiempo, los menores venezolanos gozan de manera temprana de gran autonomía e independencia en su conexión a la red y la opción de hacerlo en soledad es la preferida por la mayoría de los encuestados.

Descriptores: Generación interactiva / Uso / Valoración / Pantallas / Internet / Computadora / Niños, Adolescentes / Venezuela.

ABSTRACT

MABEL CALDERÍN, CHARO SÁBADA y XABIER BRINGUÉ

The Generation Interactive Venezuelan: their relationship with the computer and the access to Internet

Internet use and computer screen consumption patterns, use and assessment amongst children and teenagers are approached through a multivariate analysis. Questions concerning the reality experienced by minors in contact with internet through their computer screens are answered. This analysis describes the scenario and how minors ages of 6 and 18, considered to be Venezuela's interactive technology, interact with their computer and its connection to the internet. In order to understand Venezuela's case, a brief description of the country's economy, its population, education reality and its distinctive national traits concerning the use of information technologies (IT) is presented. The country's cultural consumption and how children and teenagers use the internet is shaped by all these aspects. The results highlight the fact that 70% of Venezuelan children (6-9 years) have a computer at home. In the case of the teenagers (10-18 years) the predominant place to connect to the Internet are the Internet cafés (55.5%), second place is the home (51%) and third in the homes of friends and family. At the same time, children at an early stage Venezuelans enjoy considerable autonomy and independence in their connection to the network and the option to do so in solitude is preferred by most respondents.

Key words: Interactive generation / Use / Assessment / Screen / Internet / Computer / Children / Teenagers / Venezuela.

RÉSUMÉ

MABEL CALDERÍN, CHARO SÁBADA y XABIER BRINGUÉ

La Génération Interactive Vénézuélienne: sa relation avec l'ordinateur et l'accès à l'Internet

Grâce à une analyse complexe multivariante, on examine les tendances de consommation, d'utilisation et d'évaluation propre des enfants et des adolescents relatives à l'écran de l'ordinateur et l'usage de l'Internet. On répond aux questions liées à la réalité vécue par les enfants vénézuéliens ; on décrit le scénario dans lequel évolue la Génération Interactive Vénézuélienne et on analyse la relation qu'elle maintient avec l'ordinateur et la connexion Internet pour les enfants et les adolescents âgés de 6 à 18 ans vivant dans ce pays. Pour arriver à comprendre le cas du Vénézuéla, on réalise une brève description de leur activité économique, leur population, leur réalité éducative et leurs traits différentiels en termes d'accès aux TIC. Ainsi, on expose les enjeux contextuels qui peuvent influer sur la consommation culturelle et l'usage que font les enfants et les adolescents vénézuéliens des ordinateurs et de l'Internet. Les résultats mettent en évidence le fait que 70% des enfants vénézuéliens (6-9 ans) disposent d'un ordinateur à la maison. Dans le cas des adolescents (10-18 ans), les cybercafés (55,5%) constituent le lieu prédominant pour se connecter à Internet, suivi du foyer (51%) en deuxième lieu, et les maisons d'amis et de famille en troisième lieu. En même temps, les enfants vénézuéliens jouissent d'une grande autonomie et indépendance anticipées dans leur connexion au réseau, et la possibilité de le faire dans la solitude est préférée par la plupart des ménages.

Mots-Clés: Génération Interactive/ Usage / Evaluation / Ecrans / Internet / Informatique / Enfants, Adolescents / Vénézuéla.

RESUMO

MABEL CALDERÍN, CHARO SÁBADA y XABIER BRINGUÉ

A geração interativa Venezuelana: Seu relacionamento com o computador e o acesso na Internet

Através do análise complexo multivariada examina os padrões de consumo, o uso e a valorização própria das crianças e jovens em relação a tela do computador e do uso da Internet. Conseguem ter respostas as questões vinculadas com a realidade experimentada pelas crianças e jovens venezuelanos. Descreve-se o cenário onde atua a geração interativa venezuelana e analisada seu relacionamento com o computador e sua conexão com a Internet das crianças e jovens com uma idades compreendidas entre 6 e 18 anos que vivem neste país. A fim de entender o caso da Venezuela, uma pequena descrição da sua atividade econômica, população, realidade educacional e suas características diferenciais nos termos ao acesso as TIC. Assim, expor as questões contextuais que podem afetar o consumo cultural e o uso que fazem dos computadores e da Internet as crianças e jovens venezuelanos. Os resultados destacam o fato que 70% das crianças venezuelanas (6-9 anos) tem um computador nos seus lares. O caso dos jovens (10-18 anos) O lugar predominante para se conectar na Internet são landhouse (55,5%), o segundo lugar são as casas (51%) e o terceiro as casas dos amigos e famílias. Ao mesmo tempo, as crianças venezuelanas gozam de autonomia e independência nas suas conexões na rede e a opção de fazê-lo na solidão, sendo sua preferência pela maioria dos respondentes.

Palavras chaves: Geração interativa / Uso / Valorização / telas / Internet / Computador / Crianças, Jovens / Venezuela.

INTRODUCCIÓN

El escenario de la comunicación ha variado mucho en los últimos tiempos debido a la rápida proliferación de diversas «pantallas» como son el computador, Internet, los videojuegos o el celular. En este panorama cobran especial protagonismo los niños y los adolescentes como el público que mejor se adapta a estas novedades, siendo el segmento de edad que más rápidamente descubre la funcionalidad de este universo de nuevas pantallas.



Dicho de otro modo, de forma muy precoz tienen a su disposición toda una serie de posibilidades tecnológicas que incorporan en sus vidas con total normalidad y con las que se relacionan de un modo natural. Están rodeados de aquello que denominamos pantallas y que incluyen desde Internet hasta el celular, los videojuegos y la televisión. Se divierten, se informan, estudian, se entretienen y se comunican gracias a ellas. De hecho, son ellos «el público que más rápidamente se ha adaptado al nuevo escenario de la comunicación» (Bringué, 2008:17).

La denominada generación interactiva¹ destaca, entre otras cosas, por su evidente afinidad con Internet y los nuevos medios. Dicha afinidad se debe a que, según ha señalado Bringué: «*las Tecnologías de la Información y la Comunicación encuentran en niños y adolescentes un terreno especialmente abonado² para su rápida implantación*» (2008: 31).

En el mundo de hoy los niños, adolescentes y jóvenes mantienen relaciones de todo tipo a través de las pantallas. Esta nueva situación hace que surjan nuevos retos desde el punto de vista de la investigación (Tolsá, 2008). El estudio del caso Venezolano incluye el esbozo de los aspectos contextuales y circunstancias que condicionan, de un modo u otro, el

¹ Según Bringué: «la tvgeneration ha dado paso a la generación interactiva: de la mano de la tecnología están modificando los modos de comunicarse, estudiar y, sobre todo, relacionarse» (2008: 25).

² Algunas de las razones concretas que podrían explicar esta afinidad juvenil con Internet y los nuevos medios son la interactividad y la sociabilidad que éstos proporcionan, la posibilidad de crear nuevos espacios de intimidad, de personalizar los mensajes y, por supuesto, de proporcionar el acceso a información ilimitada (Izco, 2007).

consumo cultural que sus habitantes realizan de los medios de comunicación y del resto de pantallas. El presente artículo se limita a exponer los resultados del estudio con respecto a la pantalla del computador y su conexión a Internet.

I. ASPECTOS CONTEXTUALES

La República Bolivariana de Venezuela estructura internamente sus 916.445 km² en 23 estados y un distrito capital. En 2009 el país contaba con 28.384.132 habitantes, según la proyección de población realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2009) de este país³. De acuerdo con datos publicados por el Fondo de Población de Naciones Unidas (UNFPA)⁴, la mayor parte de sus residentes, (el 94%), son urbanos. Este porcentaje le sitúa como el país más urbanizado de Latinoamérica. De hecho, siete de sus ciudades más pobladas, Caracas, Maracaibo, Valencia, Maracay, Barquisimeto, Ciudad Guayana y Barcelona concentran más de la mitad de su población total, concretamente, residen en ellas más de 17 millones de habitantes, según datos del INE. Casi todas las grandes ciudades se encuentran ubicadas en la zona de costa-montaña del país, donde reside el 71% de su población. Por el contrario, la zona sur del Río Orinoco, concentra únicamente el 6% de los habitantes de la República.

En la actualidad, el Fondo Monetario Internacional sitúa a Venezuela como la cuarta economía más fuerte de Latinoamérica, por detrás de Brasil, México y Argentina. Su Producto Interior Bruto (PIB) ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, alcanzando incluso crecimientos de dos dígitos. Según datos del Informe para las Américas del Fondo Monetario Internacional, en 2004, el PIB venezolano se incrementó un 1,3%; en 2005 un 10,3%; en 2006 un 10,3%; en 2007 un 8,4%; y en 2008, un 4,8%. La previsión para este año, según este mismo informe sitúa el crecimiento en menos 2,2%, dato que no sorprende, ni genera alarma, si se evalúa teniendo en cuenta la crisis mundial que está atravesando el planeta en su conjunto. El mismo informe estima que en 2010 el PIB venezolano se recuperará con

³ <http://www.ine.gov.ve/demografica/distribucion.asp>

⁴ <http://venezuela.unfpa.org/index.htm>

respecto al año anterior, aunque éste seguirá siendo todavía negativo, menos 0,5%.

Sus exportaciones, principalmente de petróleo, aunque también el gas, han sido el pilar sobre el que se ha producido y se sigue sustentando el desarrollo económico de Venezuela. Gracias esencialmente a la extracción y al refinamiento de estas materias primas, la República Bolivariana experimentó un crecimiento económico constante hasta la década de los 80, época en la que su economía se vio significativamente afectada como consecuencia de la crisis energética vivida durante esos años. El retroceso económico generado acarreó consigo consecuencias políticas y sociales que desestabilizaron el país.

En la actualidad, el petróleo sigue siendo la piedra angular sobre la que se sustenta este país. Esta materia prima es el principal producto que exporta Venezuela. De hecho, el 'oro negro' constituye el 80% de los ingresos que actualmente obtiene la República Bolivariana desde el exterior. No en vano este Estado es el sexto país en el *ranking* de exportación y el séptimo en lo que a yacimientos y reservas de crudo respecta. Por último, merece la pena destacar que Venezuela es miembro fundador de la Organización de países exportadores de petróleo, foro en el que ejerce un papel activo.

A pesar de que la extracción y la refinería de esta materia prima es la industria por excelencia de Venezuela, el país también ha desarrollado otros ámbitos empresariales, en su mayoría, relacionada con productos derivados del petróleo, como la producción de neumáticos, fertilizantes, etc. El acero, el cemento, el aluminio o la factoría automovilística, también son sectores productivos, no ligados directamente al 'oro negro' donde Venezuela ha sido capaz de crear industria de calidad destinada tanto al consumo interno, como a la comercialización en el mercado mundial.

Merece la pena destacar que Venezuela se encuentra entre las diez primeras naciones latinoamericanas presentes en el *ranking* de desarrollo humano (IDH). De acuerdo con el PNUD (2007) su IDH (0,792), le sitúa entre los países de desarrollo medio del planeta. En el *ranking* general, de los 177 Estados evaluados, ocupa el puesto 74. Sin embargo, a pesar del optimismo que se desprende de todos estos datos, es interesante destacar algunos rasgos no tan positivos que también contribuyen a describir el contexto

económico y social del país. El desarrollo en Venezuela no es uniforme, alcanzando cuotas superiores en las zonas urbanas frente a las rurales, como sucede en la mayoría de los países latinoamericanos. Venezuela, a pesar de tener un IDH que lo sitúa como país de desarrollo medio, tiene un 28,5% de su población que vive en la pobreza, según datos obtenidos por el INE⁵ en el segundo semestre de 2007. De este porcentaje, un 7,9% vive en la extrema pobreza, mientras que el 20,7% restante son pobres sin el calificativo mencionado.

Por otro lado, destaca el hecho de que no todos los estados que forman Venezuela presentan el mismo nivel de desarrollo económico. Según el informe publicado en 2007 por el INE el IDH fluctuaba entre el 0,8656 del Distrito Capital (índice más alto), al 0,7424 del Amazonas (índice más bajo)⁶. Para ilustrar esta afirmación, incluimos algunos datos obtenidos del apartado del INE dedicado a los hogares en pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)⁷. Según este organismo, en el 16,7% de las viviendas de Guárico duermen tres o más personas en una sola habitación; en Apure, 37% de los hogares no tiene agua, luz ni cloacas o pozo séptico; el 19% de las familias de Delta Amacuro habita en casas frágiles, sin paredes de bloque, ni suelos de cemento. Esos tres son los estados con mayor pobreza estructural del país, seguidos de Portuguesa, Monagas, Zulia y Barinas, según el INE.

En lo que a la Educación respecta, se debe subrayar que la cobertura educativa del país ha aumentado en todos los niveles formativos en los últimos quince años. La escolarización desde el primer grado al noveno ha ascendido de 4.222.035 alumnos en el curso 1992-93, a 4.984.453, durante el 2006-07, según datos del INE⁸.

A pesar del aumento de cobertura presente en los datos aportados en el párrafo anterior, es en la educación media, diversificada y profesional donde la mejora alcanzada en Venezuela durante los últimos años se hace más patente. La formación en estos grados en la República Bolivariana se

⁵ <http://www.ine.gov.ve/pobreza/menupobreza.asp>

⁶ <http://www.ine.gov.ve/condiciones/calidadvida.asp>

⁷ <http://www.ine.gov.ve/pobreza/menupobreza.asp>

⁸ <http://www.ine.gov.ve/condiciones/educacion.asp>

ha duplicado a partir del surgimiento de las misiones Ribas⁹, Robinson I y II¹⁰ y Sucre¹¹. Si el curso académico 1992-93 había 292.534 alumnos matriculados, en 2006-07 eran 711.305 los alumnos inscritos, según el INE¹². En lo que a las TIC respecta, es preciso mencionar que, tal y como destacan Calderín y Rojano, profesoras del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB): «(...) *el desarrollo de la comunicación de masas en el país se ha dado a la par que el crecimiento económico nacional, especialmente después de la década de 1950 cuando los ingresos petroleros provocaron una etapa de modernización que incluyó la configuración de estructuras empresariales, las cuales consolidaron industrias culturales con un alto impacto en la población venezolana* (2008: 300)».

Según estas profesoras, el cambio más significativo desde entonces en el desarrollo de las TIC y medios de masas en el país se produjo en la década de los 90, cuando: «(...) *un viraje en la concepción política ha hecho que el Estado realice importantes inversiones en la adquisición de medios y en la promoción de iniciativas mediáticas alternativas o independientes* (Ibídem)».

En la actualidad, Venezuela trabaja en el diseño de políticas orientadas hacia la creación de un Plan Nacional de Tecnologías de la Información

⁹ Surge en noviembre del 2003 como un programa educativo que pretende garantizar la continuidad de estudios a todos los venezolanos que no han logrado ingresar o culminar sus estudios desde la tercera etapa del nivel de educación básica, hasta el nivel de educación media diversificada y profesional.

¹⁰ Robinson I: Nace en el año 2003 como un programa masivo de alfabetización, que tiene por objeto enseñar a leer y escribir a los venezolanos, en aras de procurar su participación. Utiliza el método aplicado «Yo Sí Puedo», desarrollado por una pedagoga cubana que ha demostrado ser de mayor comprensión para personas adultas y adultas mayores que no recibieron esta instrucción básica.

Robinson II: Tiene como objetivo que los participantes aprueben el sexto grado de educación básica, garantizar la consolidación de los conocimientos adquiridos durante la alfabetización y ofrecer otras oportunidades de formación en oficios varios. La Misión Robinsón 2 se apoya en el método «Yo sí puedo seguir», el cual utiliza la televisión, la video clase y folletos de apoyo como estrategia educativa. Ver más información en: <http://www.misionrobinson.me.gob.ve>

¹¹ Busca masificar la Educación Superior a través de la desconcentración del sistema y la creación de nuevas modalidades, alternativas y oportunidades de estudio en todo el territorio nacional.

¹² <http://www.ine.gov.ve/condiciones/educacion.asp>

(PNTI), proyecto en el que están involucrados, entre otros, el Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología (MCT), en Centro Nacional de Tecnologías de la Información (CNTI), el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MINCI) y el Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones e Informática y la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)¹³.

Igualmente Calderín y Rojano (2008) señalan que desde el Estado se han promovido diversas iniciativas para permitir el acceso gratuito a las TIC por parte de los ciudadanos. Algunas de las acciones emprendidas por el Estado son los centros bolivarianos de informática y telemática, las aulas virtuales y los infocentros, entre otras. El global de las iniciativas recogidas en los párrafos anteriores contribuye a explicar que la penetración de las TIC en Venezuela sea una realidad en avance. Tal y como se recoge en la **Tabla 1**, que indica como el incremento de las TIC en este país en los últimos doce años ha sido significativo en todas ellas¹⁴.

Tabla 1
Evolución de las TIC en Venezuela (%) (tomado de CONATEL, 2010)

	1996	2009
Televisión por suscripción	21	29,63
Teléfono fijo	15,47	23,66
Teléfono celular	68,93	98,96
Internet	14,5	27,04

A pesar de que a Venezuela le queda un largo camino por recorrer para llegar a alcanzar los niveles de los países latinoamericanos más desarrollados en este campo, la implantación y el uso de las TIC ya ha iniciado su andadura en esta nación. Aunque una parte considerable de su población no

¹³ Para obtener más información sobre este plan, http://www.gobiernoenlinea.ve/directorioestado/plan_nacional_01.html

¹⁴ Para ampliar la información consulte http://www.conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores2009/Presentaci%C3%B3n_publica_ltrim_2009.pdf

pueda tenerlas todas, algunas TIC, como por ejemplo el celular, han superado la barrera económica y están siendo adquiridas por personas de todos los poderes adquisitivos, alcanzando casi el 100% de la población. Además el gobierno está pretendiendo ajustar tarifas de acuerdo a la zona donde habite el suscriptor y reducir los precios entre operadores, con el fin de facilitar el acceso a las TIC a las personas con menor poder adquisitivo (Calderín y Rojano, 2008). También es relevante destacar que, a pesar de que la mayoría de los venezolanos siguen sin disponer de una conexión a Internet en propiedad, ello no les impide ser usuarios de la red. De hecho, el fenómeno de los accesos públicos a la Red desde espacios como los centros bolivarianos de informática y telemática, las aulas virtuales o los infocentros que ya hemos citado anteriormente, son una realidad extendida en el país.

A pesar de que el uso y acceso a las TIC es ya una realidad constatada que crece año a año en Venezuela, a este país todavía le queda un largo camino por recorrer. Sin lugar a dudas, los jóvenes, niños y adolescentes venezolanos son un segmento de población prioritario para conseguir la implantación tecnológica deseada. Varios estudios e investigaciones evidencian que los rasgos que definen a los niños y jóvenes venezolanos, les hacen ser el grupo objetivo idóneo a través del cual conseguir y fortalecer el uso y conocimiento de las TIC en el país (Calderín y Rojano, 2008).

Toda la información aportada hasta el momento evidencia que existe un nuevo escenario de la comunicación al que también se ha adaptado la generación interactiva venezolana, tal y como demuestran los resultados obtenidos en esta investigación. Por ello se consideró importante analizar las pautas de consumo, uso y valoraciones que realizan sobre las pantallas los niños y adolescentes de este país.

II. MÉTODO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

El estudio se extrae de una investigación internacional realizada en siete países de América Latina: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú, y Venezuela. El universo de estudio lo conformó la población escolarizada de entre 6 y 18 años, y la muestra total investigada incluyó 25.467 sujetos. Se realizó un **Análisis multivariante** complejo con un número alto

de variables predictoras y confusoras para alcanzar la potencia estadística suficiente y con ello valorar también modificaciones de efecto. En el caso de **Venezuela**, la **muestra** según se indica en la **Tabla 2** alcanzó un total de **1.128 niños y adolescentes de 6 a 18 años** del ámbito urbano dividida por edades.

Tabla 2
Distribución de la muestra

Primaria	Secundaria	Total muestra
290	838	1,128

Se llevó a cabo un **muestreo multietápico** que combina muestreo estratificado y por conglomerados. Por otro lado, se eligieron al azar las zonas urbanas del país agrupadas según la población escolarizada, tanto privada como pública. El margen de error muestral fue de 2,5%.

La **encuesta online** fue el instrumento utilizado para la recogida de datos a través de un cuestionario autoadministrado y alojado en la página web www.generaciones-i.net/. Teniendo en cuenta que la muestra se divide en dos grupos diferentes, también el cuestionario incluyó dos versiones distintas:

- Cuestionario dirigido a los niños de entre 6 y 9 años (21 preguntas)
- Cuestionario dirigido a escolares de entre 10 y 18 años (60 preguntas)

Los escolares participantes contestaron las preguntas desde las aulas de informática de su propio centro educativo. A cada centro se le asignó un código de participación para controlar el acceso de los encuestados y, al mismo tiempo, proteger su identidad personal. Además, para asegurar la calidad de la información recopilada se limitó el tiempo de respuesta y se contó con la presencia de un profesor en el aula. También se controló la repetición de las respuestas para evitar la contabilización de participaciones múltiples por parte de un mismo usuario. En el presente artículo se describe la relación de cada uno de estos **grupos etarios (6-9 años y 10-18 años)** con la pantalla del computador y específicamente el uso que hacen de Internet.

III. RESULTADOS DEL ESTUDIO

Con respecto a los **niños de 6 a 9 años** y el uso que hacen de Internet, la investigación revela que **más del 70% de los menores venezolanos perteneciente a este grupo etario disponen de un computador en su hogar**. Las ubicaciones más habituales para la computadora entre quienes la tienen son el propio dormitorio (20,3%); el salón (16,6%); y el cuarto de trabajo o estudio (13,8%). El porcentaje de menores que ubica el computador en una u otra habitación no varía mucho si se analizan los datos incluyendo la variable género. Las diferencias porcentuales más significativas que merece la pena destacar al respecto son el hecho de que más niños (23,1%) que niñas (18,1%) disponen de computador en su dormitorio; mientras que son más las féminas que los varones los que tienen este aparato en su cuarto de estar: 19,4%, frente al 14%.



Si casi tres cuartas partes de los menores encuestados reconocieron poseer un computador en su casa, algo más de la mitad de la muestra, admitió tener disponibilidad de conexión a Internet desde su hogar (53,8%). Este dato pone de manifiesto que **los menores venezolanos de entre 6 y 9 años están considerablemente por encima de la media latinoamericana en lo que ha acceso a Internet respecta**, ya que la media se sitúa en el 45,9%. Merece la pena destacar que el porcentaje de niñas con acceso a Internet desde su casa supera en unas décimas al de los niños: 54,2%, frente al 53,8%.

El porcentaje de menores que se conectan a Internet desde su hogar es muy elevado, 63,5%, convirtiéndose esta ubicación el lugar prioritario desde el que se acceden a la Red los menores venezolanos. También es relevante mencionar que es casi cuatro puntos superior el número de niñas (65,4%), frente al número de niños (61,9%) que admitieron conectarse desde la vivienda. Casi la mitad de ellos (43,1%) afirmaron navegar desde el colegio, siendo éste el segundo lugar más frecuente de conexión, seguido de 'otro sitio', 30,6%. Estos datos corroboran dos hechos resaltados en la descripción

del contexto de Venezuela (ver tabla 1)¹⁵: a) Los menores son un elemento clave para promover el uso de las TIC en este país, ya que los datos obtenidos evidencian que el porcentaje de hogares con niños que disponen de acceso a Internet supera significativamente al número de hogares globales que están conectados a la Red; b) Estos datos confirman la importancia que tienen en Venezuela los centros bolivarianos de informática y telemática, las aulas virtuales y los infocentros en el acceso y uso de las TIC. Todos ellos estarían englobados en 'otros lugares', donde más de un cuarto de los menores reconocen acceder a la red en este país.

El hecho de que los centros educativos y los espacios públicos de conexión sean lugares habituales de acceso en porcentajes tan relevantes, refrenda la idea de que **la no propiedad de Red no es sinónimo de no conexión**, ya que como demuestra esta investigación, también es frecuente que naveguen desde otros lugares.

Al analizar la compañía con la que cuentan los niños a la hora de conectarse a Internet, resulta relevante que casi la mitad de menores afirmen hacerlo en soledad (45,1%), siendo ésta la opción elegida por la mayoría de los encuestados. Esta práctica es considerablemente superior entre los niños, 48,4%, que en las niñas, 41,7%. Los que navegan en compañía optan por la presencia de iguales: amigos (28,6%) o hermanos (26,3%). La variable género condiciona la presencia de unos u otros. Las niñas superan a los niños al navegar acompañadas de amigos (33,1%, frente al 24,6%); mientras que en el caso de los hermanos sucede lo contrario. Un 28,6% de los varones navegan en su compañía, mientras que las chicas lo hacen en un 24,4% de los casos.

La conexión en presencia de personas adultas se reduce con respecto a los porcentajes aportados al describir la compañía de iguales. Un 25,1% afirma acceder a la Red en presencia de su madre, mientras que un 22,7%, lo hacen con su padre, porcentaje idéntico este último al de los menores que afirman conectarse en presencia de los profesores. También es relevante destacar que, si bien en porcentaje de niños y niñas que navegan con su madre es casi idéntico, los chicos que navegan acompañados de sus padres

¹⁵ CONATEL confirma que un 27,04% de los hogares están conectados a la red.

(25,4%), superan a las chicas (20,5%). Sin embargo, la navegación en presencia de profesores es una práctica con un sesgo claramente femenino: 28,3% de niñas, frente al 17,5% de niños. Los datos evidencian pues que los menores venezolanos de esas edades gozan de forma temprana de una gran autonomía e independencia en su conexión a la red, siendo la navegación en soledad o acompañados de iguales la modalidad más frecuente entre ellos.

Por otra parte, el caso de los **adolescentes de 10 a 18 años**, más de la mitad de los adolescentes venezolanos, **50,8%**, **afirman acceder a Internet desde el hogar**. Este porcentaje es casi 5 puntos superior a la media latinoamericana de conexión situada en el 45,9% (Bringué y Sádaba, 2008). Al contrario de lo que sucedía entre los menores de 9 años, el acceso a Internet desde casa es considerablemente superior entre los chicos, 57,1%, que entre las chicas, 44,6%.

A pesar de que las tasas de conexión a Internet desde el hogar son elevadas en Venezuela, es relevante destacar que la vivienda no es el principal lugar desde el que navegan. Como demuestran los datos obtenidos, la mayoría de los adolescentes venezolanos se conectan a Internet desde los cibercafés (55,5%), siendo la propia casa el segundo lugar más habitual de acceso (51%). Las viviendas de los amigos y familiares también son espacios desde donde los adolescentes venezolanos suelen conectarse, aunque en porcentajes inferiores a los apuntados, tal y como se constata en la Tabla 3. Por último, se quiere destacar que ante la pregunta de: «¿En qué lugar sueles usar Internet?», sorprende que sólo un 13,2% afirmó hacerlo desde el colegio, porcentaje casi 30 puntos inferior al obtenido en la muestra de los menores de 9 años.

Al introducir la variable género en el análisis, la prioridad por los lugares de conexión descrita para el global de la muestra se repite sólo en la porción de las chicas. En la de los varones, son mayoría los que optan por conectarse desde su propio hogar (57,5%), seguidos de los que escogen los cibercafés (52,9%), y de los que acceden desde la casa de un amigo (29,9%). El porcentaje de féminas que se conecta desde los diferentes espacios analizados, supera en todos los casos al de varones, con dos únicas excepciones: el hogar y 'otro sitio'.

Tabla 3
Lugares de uso de Internet (%)

	Casa	Colegio	Ciber	Casa amigo	Casa familiar	Otro sitio
Masculino	57,5	12,4	52,9	29,9	28,4	9,9
Femenino	45,6	14,4	58%	31,6	33,2	9,4
Total	51	13,2	55,5	30,4	30,5	9,6

Tomado de Bringué y Sádaba, 2008.

Los adolescentes forman parte de la denominada generación interactiva y, como se señalaba al comienzo, han nacido rodeados de toda una serie de posibilidades tecnológicas nunca antes conocidas. Esto ha supuesto que, para ellos, todo aquello que los adultos denominamos nuevos medios no lo sean en absoluto. Para un adolescente, Internet es un medio convencional. Por consiguiente, tiene sentido pensar que, en numerosos casos, Internet convive con variadas actividades realizadas por los adolescentes; en unos casos se integran en el uso de la Red y en otros son desplazadas.

En Venezuela, casi la mitad de la muestra analizada, un 46,2%, asegura que no le han quitado tiempo a nada para utilizar la Red. El porcentaje de chicos que se suman a esta afirmación es considerablemente inferior al de las chicas, 38,7%, frente al 52,7%, datos que evidencian que en este país el desplazamiento de actividades como consecuencia del uso de Internet tiene un sesgo masculino.

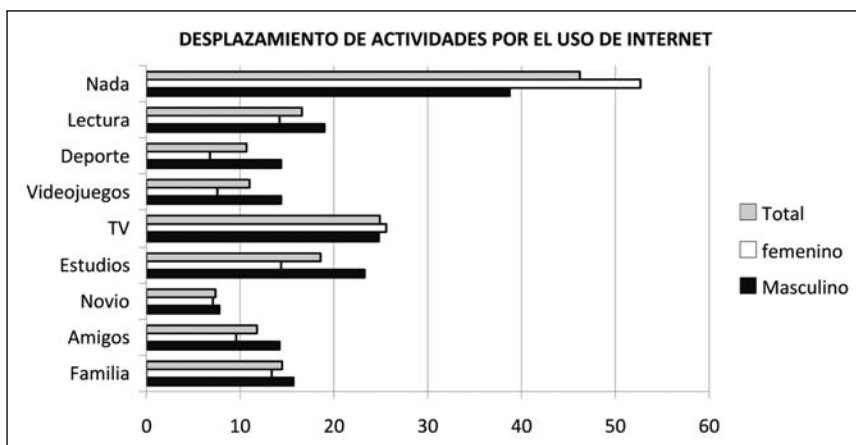
Por otra parte, es interesante mencionar que quienes sí consideran que Internet ha supuesto para ellos un desplazamiento de otras actividades, se refieren a que durante ese tiempo podrían estar haciendo otra cosa, pero no necesariamente que hayan dejado de hacerla para volcarse en su computador. En este sentido, podríamos destacar que **la principal actividad desplazada por el uso de Internet en Venezuela es la televisión, seguida de los estudios y la lectura.**

Tal como se aprecia en el Gráfico 1, se puede afirmar que **en este país el género es un factor que marca diferencias en lo que concierne al desplazamiento de actividades.** De hecho, los chicos que han reducido el tiempo dedicado a otras actividades por usar Internet superan en todos los casos

analizados a las chicas, con una única excepción, la televisión, donde, por unas décimas, ellas despuntan sobre ellos.

Las diferencias porcentuales son muy significativas en los deportes y en los videojuegos, donde el número de chicos que reconocen haberle quitado tiempo a ambas actividades, duplica al de chicas. Este dato es perfectamente lógico, puesto que ambas actividades, pero sobre todo los videojuegos, tiene también un sesgo masculino en este país. Por último es relevante destacar que en el caso del espacio destinado a los estudios, el número de chicas que admite haberle restado momentos a esta actividad es casi 9 puntos inferior al de los chicos.

Gráfico 1
Desplazamiento de actividades por el uso de Internet



Tomado de Bringué y Sádaba, 2008.

Los datos obtenidos también constatan que **la gran mayoría de los adolescentes venezolanos que se conectan a la red lo hacen en soledad**. Esta tendencia, que ya se apuntaba en el caso de los más pequeños, se consolida y aumenta considerablemente al llegar la adolescencia, ya que el 71% de los chicos de la muestra analizada aseguran que, la mayoría de las veces que usan Internet, están solos.

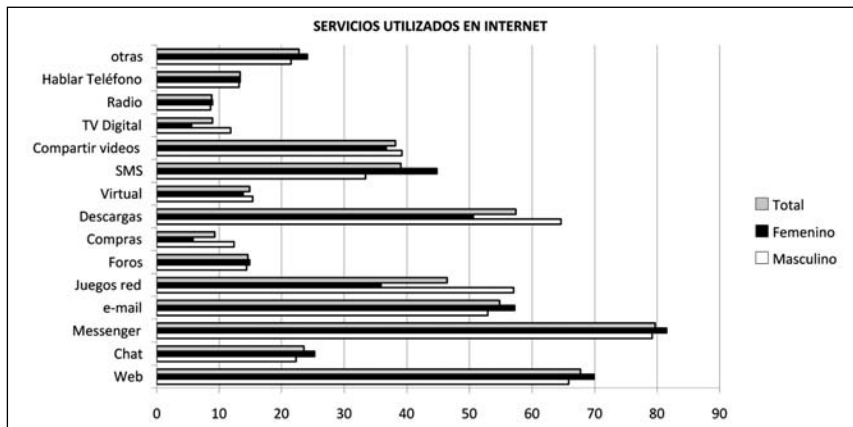
No obstante, en ocasiones también navegan acompañados. Un amigo (48%), los hermanos (28%) y varios amigos (26,2%) constituyen las compañías principales de los que acceden de este modo, muy por encima de los que se conectan junto a sus padres (10,8%), madres (17,1%) o profesores (2,6%). De hecho, los datos permiten confirmar que la compañía de padres, madres y profesores en la navegación de los adolescentes venezolanos disminuye considerablemente si se compara con los porcentajes de los niños menores de 10 años que reconocen acceder en presencia de estos adultos. En el caso concreto de los profesores, este descenso es muy significativo. Los educadores pasan de ser la compañía adulta más frecuente entre los menores de diez años (en un 22,7% de los casos) a ser, con sólo un 2,6% de la muestra, la compañía menos habitual entre los adolescentes venezolanos. Los datos aportados en este epígrafe, una vez más, refrendan la certeza de que los adolescentes prefieren relacionarse con aquellos que no suponen para ellos una fuente de autoridad.

En cuanto al uso de servicios y contenidos, **los adolescentes venezolanos se caracterizan por utilizar la Red para multitud de fines**. En términos generales se puede afirmar que los fines prioritarios para estos chicos son, en este orden, el uso de la red vinculado a la posibilidad de comunicarse con otros, el uso con una finalidad informativa y el uso con un carácter lúdico. Los adolescentes priorizan la función comunicativa, el 79,7% afirman utilizar el messenger y un 54,8% el correo electrónico. Un 67,7% usan la red con una finalidad informativa y la función lúdica también es considerable, (un 57,4% se descarga películas, música y un 46,4% juegan en red), tal y como se refleja en el Gráfico 2.

Todos los datos aportados confirman la idea de que la comunicación es clave para este segmento de población, siendo también muy relevante para ellos el uso informativo y lúdico que pueden obtener de Internet.

En el Gráfico 2 se evidencia que en muchos de los usos no hay diferencias significativas entre los porcentajes de chicas y chicos que los realizan. Los resultados son similares, por ejemplo, en la utilización de Internet para chatear, utilizar el messenger, participar en foros o en comunidades virtuales, compartir vídeos o fotos, escuchar la radio digital o hablar por teléfono.

Gráfico 2
Servicios utilizados en Internet



Tomado de Bringué y Sádaba, 2008.

A pesar de estas semejanzas, es interesante mencionar que el porcentaje de niñas supera al de niños en el uso de la Red como plataforma para visitar páginas web, para chatear, para emplear el messenger, para utilizar el mail, para participar en foros, y para el envío de SMS. Es decir, las féminas superan a los varones, sobre todo, en usos que se pueden englobar dentro de la función comunicativa, siendo la divergencia porcentual especialmente significativa en el uso para enviar SMS, donde las chicas despuntan frente a los chicos en más de 10 puntos porcentuales: 44,8%, frente al 33,4%.

Los varones predominan en el resto de los usos no mencionados en las líneas anteriores y presentes en el Gráfico 2. Las diferencias porcentuales obtenidas del análisis comparativo por género son muy relevantes en el uso de los juegos en red (57%, frente al 35,9%) y en las descargas de música, y películas (64,6%, frente al 50,6%). También merece la pena destacar que más del doble de chicos que de chicas compran y ven la televisión digital utilizando la red.

En las páginas web que visitan los adolescentes, la música está en primer lugar (casi un 80,1%), y los juegos a cierta distancia (un 55%), se erigen en los contenidos más demandados. Es relevante destacar que la variable

género marca diferencias porcentuales considerables que merece la pena mencionar. La priorización de contenidos mencionada para el global de la muestra se confirma en las chicas, pero los chicos optan por los deportes como segundo contenido más visitado. Además, si para un 82,8% de las chicas que configuran la muestra, la música es el contenido prioritario, este porcentaje se reduce al 77,7% en el caso de los chicos. Por el contrario, el porcentaje de varones es significativamente superior al de féminas en las visitas a las páginas de juegos: un 67,1%, frente a un 43%, respectivamente.

Sin embargo, la divergencia porcentual más relevante si se atiende la variable género se produce en las visitas de páginas de deportes: 67,8% de chicos, frente al 17% de chicas. La diferencia también es significativa en las páginas para adultos, 14,9% de varones, frente al 1,3% de mujeres. La comparativa por género muestra que las páginas educativas, culturales o de *hobbies* son más visitadas por chicas que por chicos, aunque los márgenes de distancia entre los dos sexos son considerablemente inferiores a los destacados en las frases anteriores.

En cuanto a la Mediación educativa se puede afirmar que Venezuela, en este ámbito, está por encima de las medias latinoamericanas en casi todas las opciones analizadas (con las excepciones de 'están en la misma habitación' y 'comprueban por donde he navegado'). Un 34,9% de los adolescentes encuestados afirmaron que sus padres 'no hacen nada' mientras ellos navegan, porcentaje algo más de un punto por debajo de la media obtenida de los resultados del conjunto de los países analizados.

Casi la mitad de los adolescentes venezolanos (44,3%) afirman que sus padres les preguntan qué hacen, mientras que el 32,4% afirma que echan un vistazo mientras navegan. También merece la pena destacar el predominio de la mediación activa (apuntada en el párrafo anterior) frente a la pasiva: sólo un 2,6% de los adolescentes afirma que sus progenitores comprueban los lugares donde han navegado, mientras que sólo un 5% manifiestan que sus padres miran su correo electrónico.

Por último, se considera interesante apuntar que el género es un factor que influye en el porcentaje de mediación existente, aunque la diferencia suscitada no es llamativa. Los casos en los que la divergencia porcentual es

más relevante son los siguientes: Las chicas que reconocen algún tipo de mediación superan a los chicos en la modalidad de 'echar un vistazo' (35,2%, frente al 29,6%). También es reseñable que casi el doble de chicas que de chicos afirman que sus padres revisan su correo electrónico (6,1%, frente al 3,8%). Por el contrario, los varones despuntan algo sobre las féminas entre los que afirman que sus progenitores les 'preguntan qué hacen', (45,3%, frente al 43,3%); y entre los que reconocen que sus padres 'les ayudan' (16,5% frente al 12,4%).

Sobre los motivos de discusión, no parece que Internet sea fuente de graves conflictos familiares, más allá del tiempo de conexión, ya que el 59,3% de la muestra asegura no tener disputas nunca con sus progenitores por esta causa. También es relevante mencionar que el número de mujeres que aseguran no discutir nunca supera en 10 puntos porcentuales al de hombres que se adhieren a dicha afirmación. No obstante, sí existe un factor de fricción entre padres e hijos en este sentido: el tiempo que éstos pasan navegando. Un 26,6% reconocen discutir por este motivo, siendo mayor el porcentaje de chicos que lo hace, 28,9%, frente al 24,3% de las chicas.

Y es que a pesar de que un 35,6% de los adolescentes entrevistados afirman que sus padres no les ponen ningún tipo de limitación al navegar, quienes sí las tienen parecen saber con claridad qué cosas les permite hacer mientras navegan y cuáles no. Así, saben que no deben dar información personal, comprar o ver vídeos, tres de las restricciones más reiteradas por parte de los adolescentes venezolanos al preguntarles qué les prohíben hacer sus progenitores al conectarse a la Red. Por ello, no es de extrañar que las discusiones no sean demasiado frecuentes. También merece la pena señalar que en lo que ha prohibiciones por parte de los padres respecta, los chicos superan a las chicas en las restricciones referidas a 'jugar', 'subir archivos', 'chatear', 'bajar archivos' 'enviar mensajes a celulares' y 'enviar correos electrónicos'.

La diferencia porcentual sólo es relevante en 'subir archivos', actividad en la que el doble de chicos la reconocen como propia (10,6% frente al 4,8% de chicas); y en enviar correos y bajar archivos, donde el porcentaje de varones no duplica al de féminas, pero se aproxima a ello. En el resto de posibles prohibiciones, el número de chicas que admiten cada tipo de limitación

siempre supera al de chicos. Por ejemplo, si un 26,6% de los varones incluyen como suya la advertencia por parte de sus padres en lo relativo a no facilitar datos personales, el porcentaje se eleva al 42,3% en el caso de las mujeres. Con los datos aportados hasta el momento, podemos afirmar que **no se puede hablar de tensiones y problemas derivados del uso de Internet por contenidos y prohibiciones quebrantadas, pero probablemente sí en cuanto al tiempo de uso.**

Finalmente, sobre la valoración que los adolescentes venezolanos tienen de sí mismos como internautas cabría destacar que la mayoría de ellos se reconocen con un nivel medio (42,2%), seguido de los que estiman que su conocimiento al respecto es avanzado (26,1%). Existen diferencias reseñables en la percepción que tienen sobre esta cuestión hombres y mujeres. La chicas superan a los chicos en el nivel de principiante (19,2%, frente al 13,2%), y en el nivel medio (45,1%, frente al 40,5%). Por en contrario, son más los chicos que adjetivan su conocimiento como internautas de avanzado y de experto. Un 28,6% de ellos se sitúa como usuarios de nivel avanzado, mientras que un 24,1% de ellas se autocalifican en ese rango. La diferencia porcentual es superior en el caso de quienes se consideran expertos. Si un 15,4% de los chicos estiman que se encuadran en este nivel, sólo un 8,9% de las chicas lo afirman. Respaldados por los datos obtenidos en esta investigación parece que en lo que a conocimiento de las TIC respecta, en Venezuela, los varones aventajan actualmente a los féminas en los niveles más adelantados.

La investigación realizada también revela que la mayoría de los adolescentes (59,3%) son autodidactas en el uso de Internet, siendo significativamente superior el porcentaje de chicos (64,6%) que el de chicas (53,7%). Quienes admiten haber sido instruidos, destacan principalmente a iguales como mentores en el ámbito. Los amigos han formado al 23,8% de las mujeres encuestadas y al 14,7% de los hombres; mientras que los hermanos han instruido en la materia al 18,7% de las chicas y al 16,2% de los chicos. Por último, merece la pena indicar que los profesores son el tercer agente formador más frecuente entre los adolescentes venezolanos en lo que a las TIC respecta, siendo más habitual su adiestramiento en el caso de las féminas (19,7%), que en el de los varones (13,4%).

CONCLUSIONES

– Los menores venezolanos de entre 6 y 9 años están considerablemente por encima de la media latinoamericana en lo que ha acceso a Internet respecta, ya que la media latinoamericana se sitúa en el 45,9% y más de la mitad de los menores encuestados (53,8%) admitió tener conexión a Internet desde su hogar. Asimismo, el 43,1% afirmó que se conectan desde el colegio y el 30,6% indicó que lo hacen desde 'Otro sitio'.

– Los adolescentes forman parte de la denominada generación interactiva como resultado de haber nacido rodeados de toda una serie de posibilidades tecnológicas nunca antes conocidas. Y eso implica que aquello que los adultos consideran nuevos medios no lo sean en absoluto para esta generación.

– Los niños menores 9 años superan en casi 30 puntos a los adolescentes a partir de los 10 años en el uso de Internet desde el Colegio.

– Casi la mitad de la muestra analizada en el grupo de adolescentes (46,2%) asegura que el uso de Internet no implica el desplazamiento de otras actividades. El grupo que sí considera que Internet ha supuesto un desplazamiento de otras actividades, aclara que no es propiamente un desplazamiento sino que simultáneamente podría estar haciendo otra cosa como ver televisión, estudiar o leer.

– El género es un factor que marca diferencias en lo que concierne al desplazamiento de actividades porque los chicos que han reducido el tiempo dedicado a otras actividades por usar Internet superan en todos los casos analizados a las chicas, con la única excepción de la televisión, donde, por unas décimas, ellas están por encima.

– Las diferencias porcentuales son muy significativas en los deportes y en los videojuegos, donde el número de chicos que reconocen haberle quitado tiempo a ambas actividades, duplica al de chicas. Este dato es perfectamente lógico, puesto que ambas actividades, pero sobre todo los videojuegos, tiene también un sesgo masculino en este país.

– El número de chicas que admite haberle restado momentos al espacio destinado a los estudios es casi 9 puntos inferior al de los chicos.

– El uso de Internet no es fuente grave de conflictos y problemas familiares aunque el tiempo de conexión sí se considera un factor de fricción entre padres e hijos, siendo mayor el porcentaje de chicos (28,9%) que de chicas (24,3%) en reconocer que se dan discusiones por ese motivo.

– La mayoría de los adolescentes (59,3%) son autodidactas en el uso de Internet, siendo significativamente superior el porcentaje de chicos (64,6%) que el de chicas (53,7%).

– Los profesores son el tercer agente formador más frecuente entre los adolescentes venezolanos en lo que a las TIC respecta, siendo más habitual su adiestramiento en el caso de las féminas (19,7%), que en el de los varones (13,4%).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRINGUÉ, X.

2008 Niños y jóvenes en un nuevo escenario de comunicación. En Etayo, E.; Moreno, J.E.; Guerrero, C.; Sánchez, B. y Navarro, M. (Eds.). *Los jóvenes y el nuevo escenario de la comunicación. Actas del XXI Congreso Internacional de la Comunicación*. Pamplona: Eunsa.

BRINGUÉ, X. y SÁDABA, C. (Coord.)

2008 *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel. Disponible en: <http://www.generacionesinteractivas.org/?p=549>

CALDERÍN, M. y ROJANO, M.

2008 La generación interactiva como objeto de estudio: Venezuela. En Bringué, X. y Sádaba, C. (coords.), (2008). *La generación interactiva en Iberoamérica: niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel. pp. 291-307. Recuperado el 20 de julio de 2010 de, <http://www.generacionesinteractivas.org/descargas/8ggiicomoobjetodeestudio.pdf>

COMISIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CONATEL)

2010 *Indicadores anuales*. Recuperado del sitio web de CONATEL en, http://www.conatel.gob.ve/indicadores_anuales.asp

FONDO DE POBLACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS

- 2003 *Esquema del programa para Venezuela (2003-2007)*. Recuperado en septiembre 10, 2010, de <http://venezuela.unfpa.org/programa.htm>

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL

- 2009 *Perspectivas económicas: las Américas. Los fundamentos más sólidos dan dividendos*. Washington, D.C.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

- 2007 *Alumnos matriculados en educación básica de primero a noveno grado, por dependencia del plantel, según año escolar, 1992/93-2006/07*. Recuperado en septiembre 11, 2010, de http://www.ine.gov.ve/condiciones/cuadro_educacion.asp?Tt=227-11&cuadro=Educacion_227_11&xls=22711

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

- 2007 *Alumnos matriculados en educación media, diversificada y profesional, según entidad federal, 1992/93-2006/07*. Recuperado en septiembre 11, 2010, de http://www.ine.gov.ve/condiciones/cuadro_educacion.asp?Tt=227-16&cuadro=Educacion_227_16&xls=22716

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

- 2007 *Venezuela. Índice de desarrollo humano, por componentes, según entidad federal, 2007*. Recuperado en septiembre 11, 2010, de <http://www.ine.gov.ve/idh/2007.html>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

- 2008 *Hogares pobres por Necesidades Básicas Insatisfechas, según año, 1997-2008*. Recuperado en septiembre 11, 2010, de http://www.ine.gov.ve/pobreza/Hogares_necesidades.asp

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

- 2009 *Hogares pobres por línea de pobreza, según año y semestre, 1997-1er semestre 2009*. Recuperado en septiembre 10, 2010, de http://www.ine.gov.ve/pobreza/HogaresPobres_linea.asp

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

- 2009 *Proyecto de población*. Recuperado en septiembre 09, 2010, de <http://www.ine.gov.ve/demografica/distribucion.asp>

IZCO, E.

2007 *Los adolescentes en la planificación de medios. Segmentación y conocimiento del target*. Tesis Doctoral, Universidad de Navarra, Pamplona, España.

PROGRAMA DE LA NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO

2007 *Informe sobre el desarrollo humano 2007-2008. La lucha contra el cambio climático: solidaridad frente a un mundo dividido*. Nueva York.

TOLSÁ, J.

2008 La generación interactiva como objeto de estudio: panorama de la investigación acerca de niños, jóvenes y nuevas tecnologías. En Bringué, X. y Sádaba, C. (Coords.). *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel. pp. 205-223. Recuperado el 10 de julio de 2010 de, <http://www.generacionesinteractivas.org/descargas/8ggiicomoobjetoestudio.pdf>

JOSÉ MARTÍNEZ
DE TODA TERRERO
(Venezuela)

Nació en Badarán, La Rioja (España). Dio clases por 25 años en la Universidad Católica Andrés Bello y por 12 años en la Universidad Central de Venezuela. Fue Director de *Radio 'Fe y Alegría' -Caracas* por nueve años y a la vez de *Radio Fe y Alegría- Maracaibo* por dos años. Entre sus libros se halla «*Comunicación Grupal Liberadora*» (1986) (traducido al portugués en 1988), «*La Publicidad en Venezuela*» (1991), «*Metodología para evaluar la educación para los medios: la aplicación con un instrumento multidimensional*» (1998). Hizo el doctorado en Estudios Sociales / Comunicación en la Pontificia Universidad Gregoriana (Roma). En la misma universidad fue Director del «Centro Interdisciplinar de Comunicación Social» (CICS), que tiene programas de Diploma (2 años), Licencia (3 años) y Doctorado. Desde 2006 es Coordinador del Sector Comunicación de la CPAL (Conferencia de Provinciales Jesuitas de América Latina). Correo electrónico: comunicacion@cpalsj.org /



La educación para los medios digitales

The education for the digital media

Recibido: 24 /02/ 2011

Aceptado: 29 /03/ 2011

© De conformidad por su autor para su publicación. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º de Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

RESUMEN

JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA TERRERO

La educación para los medios digitales

Los medios digitales tienen aspectos positivos, pero también negativos. Conviene enseñar a usarlos bien. Para ello se necesita la «**educación para los medios**». La educación para los medios es un proceso que busca formar en el sujeto estas dimensiones educativas: que sea alfabetizado mediáticamente, consciente, crítico, activo, social y creativo, pero entendida según las teorías más recientes. Tal educación le permitirá participar más plenamente en la cultura popular contemporánea, tal como es presentada en los medios digitales. En el análisis de los medios digitales se estudian de una forma más detenida el papel de la familia y de la escuela, el caso del cyber-bulismo, la Second Life y el blog.

Descriptor: Educación para los medios / Medios digitales / Alfabetización mediática / Crítica / Socialidad / Creatividad.

ABSTRACT

JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA TERRERO

The education for the digital media

Digital media have positive and negative aspects. Therefore it is important to educate people to make good use. For this it is necessary to have «**Media Education**». Media education is a process that seeks to educate about the educational dimensions in order to be media-literate, aware, critical, active, social and creative, according to the most recent theories. This education will permit a better participation in the contemporary popular culture as it is presented by the mass and digital media. In the analysis of digital media, special emphasis is given to the role of the family and the school, the case of the cyber-bullism, the Second Life and the blog.

Key words: Media education / Media literacy / Digital media / Critics / Sociality / Creativity.

RÉSUMÉ

JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA TERRERO

L'éducation aux médias numériques

Les médias numériques ont des aspects positifs mais aussi négatifs. Il convient d'enseigner afin d'en faire un bon usage. Pour cela, l'«**éducation aux médias**» est nécessaire. L'éducation aux médias est un processus qui cherche à inculquer au sujet ces dimensions éducatives afin qu'il soit médiatiquement alphabétisé, conscient, critique, actif, social et créatif, selon les théories les plus récentes. Une telle éducation lui permettra de participer pleinement dans la culture populaire contemporaine, telle que présentée dans les médias numériques. Dans l'analyse des médias numériques sont étudiés de manière plus soignée le rôle de la famille et de l'école, le cas du cyber-boullisme, la Second Life et le blog.

Mots- clés: Education aux médias / Médias numériques / Alphabétisation médiatique / Critique / Socialité / Créativité.

RESUMO

JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA TERRERO

A educação para as mídias digitais

As mídias digitais têm fatos positivos, mas também negativos. É necessário ensinar usá-lo muito bem. Isto requer «**educação para as mídias**». A educação para as mídias é um processo que busca construir uns indivíduos sobre o assunto dessas dimensões educativas

Que seja alfabetizado de manera consciente, crítica, ativa, social e criativa, entendendo segundo as teorias mais recentes. Educação permitirá participar plenamente na cultura popular contemporânea, conforme apresentada nas mídias digitais. Na análise das mídias digitais são estudados de forma mais cuidadosa o papel da família e da escola, o caso de cyber-bulismo, eo blog do Second Life.

Palavras-chave: Educação para as mídias / Mídias Digitais / Alfabetização mediática / Crítica / Socialidade / Criatividade.

Mucho se ha escrito sobre cómo educar para los medios tradicionales de comunicación: prensa, cine, radio y TV. El reto actual es añadir la educación para los medios digitales. El término «medios digitales» se usa en sentido amplio. Ahí entran la computadora, el Internet, el celular, los videojuegos, las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), los multimedia, etc.

Los tres países de América Latina que usan más Internet son Chile con 58% de la población, Argentina con 58% y **Venezuela con 54%**; en siete años han triplicado su nivel de conectividad. La mayor parte de los países de la región la han duplicado (según datos de Latinobarómetro 2010, divulgados ahora). Pero las brechas se hallan en otros rubros:

- Hay **brecha digital** por razones económicas entre países ricos y pobres (info-ricos e info-pobres).
- Hay también **brecha generacional** entre nativos digitales e inmigrantes digitales. Aquellos son más expertos en su uso que éstos (Estos términos fueron introducidos en 2001 por Marc Prensky).

Los medios digitales tienen aspectos positivos, pero también negativos. Conviene enseñar a usarlos bien. Esto lograría reducir su influjo negativo sobre los niños y jóvenes, y al mismo tiempo ellos aprenderían a hacer un uso positivo de ellos. Es lo que se llama «**educación para los medios**». Ella ayuda a conocer los medios en todos sus aspectos, a saber defenderse de sus aspectos negativos, a recibir provechosamente sus mensajes y a usarlos creativamente produciendo otros mensajes en beneficio propio y de los demás. La educación para los medios es distinta de la educación *con* los medios, es decir del uso de subsidios didácticos audiovisuales para las



ciencias, la historia, etc. Una descripción más completa de la educación para los medios comprende **seis dimensiones**. «La educación para los medios es un proceso que busca formar en el sujeto estas dimensiones educativas: que sea *alfabetizado mediáticamente, consciente, activo, crítico, social, y creativo*, pero entendidas según las teorías más recientes. Tal educación le permitirá participar más plenamente en la cultura popular contemporánea, tal como es presentada en los medios masivos» (Martínez de Toda, 1998).

El objetivo general de la educación para los medios es ayudar a las personas a ser libres y responsables con criterios propios concretos de acción ante los medios. Es ayudarles a reflexionar y a tener pensamientos propios bien pensados y razonados, que los defiendan de las filosofías e ideologías avasallantes, que los rodean. Es una educación para los valores. La educación para los medios da una gran oportunidad al docente para hablar y discutir sobre valores. Es un instrumento educativo excelente. La educación para los medios comienza a usarse en los años 1960 por la UNESCO y otros. En América Latina se usó especialmente en los años 1970 con su 'lectura crítica' contra la ideología capitalista.

Ahora la educación para el Internet y los multimedia es aún más necesaria. Ellos exponen a la infancia a unas influencias más directas y más universales que las de los medios más tradicionales, y ponen al alcance de los menores unas grandes posibilidades de entretenimiento e información, pero incontrolables (Camps, 2009: 140). Para responder más ordenadamente a la pregunta «**¿Por qué la educación para los medios digitales?**», se va a seguir el esquema completo de las seis dimensiones indicadas anteriormente. La educación para los medios tratan de lograr sujetos con dichas seis dimensiones. Este camino permite también indicar lo que se debe enseñar. Las redes sociales del Internet y los medios multimediales son muy numerosos. Aquí sólo podrán esbozarse algunos elementos generales.

1. SUJETOS ALFABETIZADOS MEDIÁTICAMENTE, PARA QUE ASÍ CONOZCAN MEJOR EL LENGUAJE Y EL MENSAJE DE LOS MEDIOS

La educación para los medios está diseñada para ayudar a niños y jóvenes a ENTENDER el mensaje de los medios. Para ello necesitan conocer su lenguaje. Así podrán beneficiarse más de los aspectos positivos de los

medios, y su capacidad crítica no quedará ofuscada para no ver sus aspectos negativos. Por otra parte, los medios no presentan la realidad, sino son **representaciones y construcciones subjetivas** de ella. Conocer esta distinción en cada producto mediático es lo más importante en la educación para los medios, según Masterman (1985: 2). Estos conocimientos permiten que el usuario **se sienta dueño** de los nuevos alfabetos; esto le da seguridad para no dejarse someter por los medios digitales. Es un factor psicológicamente positivo.



Se ha generalizado el uso de los nuevos medios. Los medios han entrado en el tejido social. Los mensajes mediático-masivos pertenecen ya a la vida cotidiana. Son como cualquier otra experiencia. Por ello el niño debe aprender a deconstruirlos y construirlos para prevenir sus impactos negativos y aprovechar sus elementos positivos. (Alfabetización web). Los niños pasan demasiado tiempo con los juegos inteligentes. A veces se enseña Internet, pero no cómo usarlo, con qué criterios. Al enseñar Internet, se da más libertad a los niños y jóvenes, pero hay que enseñarles también a usar bien esa libertad. Si no, la libertad se convierte en libertinaje. Una educación para los multimedia debe ser una práctica para el ejercicio de la ciudadanía y la democracia.

¿Qué puede ver el niño y qué no puede ver? Los adultos piensan que hay que establecer estrategias de **control**. En la **cultura escrita** se necesitaba saber leer, pero era fácil poner los libros lejos del alcance de los niños o en el Índice para todos. Con la llegada de la **cultura de la imagen**, los analfabetas pueden decodificar cualquier imagen, y ésta se puede poner en cualquier sitio para ser vista.

En la **sociedad del espectáculo** se presenta todo, sin dejar nada a la imaginación (Baudrillard, 1976). Y los educadores (padres, maestros...) reclamaban a los productores de imágenes que tuvieran cuidado con las imágenes que presentaban. La llegada de la **sociedad de la información** lleva al consumo juvenil en dos direcciones: **download** y **upload**. El *download* pertenece más bien a la dimensión alfabetizadora. La *Screen Generation* es

antes que nada una generación de descarga (*download*). Descarga contenidos multimediales de los canales y de fuentes diversas (Internet, celulares, I-pod...), privilegiando esencialmente las formas libres y las de *peer-to-peer* (P2P, de pares a pares).

Frente al *Copyright* (del siglo XVIII) usa el actual *Copyleft* de dominio libre, que tiende a pasar por alto la propiedad de los contenidos. Es el *Copyleft* de las cuatro libertades de Richard Stallman, que llevaron al *Creative Commons*. El movimiento del Software Libre y Abierto está inspirando un movimiento más amplio, el de la Cultura Libre y Abierta y de 'Dominio Público'. Se busca el conocimiento como bien público, la creación colectiva del conocimiento y la globalización de la **Propiedad Intelectual** compartida, controlada actualmente por los monopolios de los países desarrollados, que defienden su tecnología para asegurar su liderazgo económico en el ámbito del comercio internacional. Se fortalece la **ética del compartir**. El P2P, compartiendo los contenidos entre coetáneos, es muy preferido por los menores: construye el grupo y permite saber quiénes pertenecen a él. Y el adulto, padre/madre o educador, permanece normalmente excluido de este mundo simbólico (Ferrari e Rivoltella, 2010: 63). Por eso conviene reflexionar atentamente sobre la dimensión social, que se verá más adelante.

1.1. Premios de la UNESCO

La fundación venezolana «Infocentro» acaba de ganar (en diciembre 2010) el premio UNESCO «Rey Hamad bin Isa Al Khalifa» por su proyecto «*Alfabetización tecnológica de adultos y adultas*» para la utilización de las tecnologías de la información y comunicación en la educación. Infocentro se funda apoyado en el **artículo 108 de la Constitución Venezolana de 1999**, que dice: «(...) *El Estado garantizará servicios públicos de... informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías y de sus innovaciones (...)*». El **decreto 825 de mayo 2000** oficializa el uso de Internet como prioritario para el desarrollo cultural, económico, social y político de la República. La inversión inicial fue de 17 millardos de bolívares, destinada fundamentalmente a la democratización de Internet, de manera gratuita. Infocentro se inicia en septiembre de 2000 con la puesta en marcha del primer Infocentro

piloto en Caracas. En 2001 el gobierno puso en funcionamiento 240 infocentros en todo el territorio nacional, para sustentar dicho decreto.

En mayo del 2007 se crea la fundación Infocentro como ente rector del programa. Esta fundación promociona a los adultos y otros usuarios a tener un acceso gratuito a las tecnologías de la información y la comunicación, a fin de que se capaciten para aprender a lo largo de toda la vida. La fundación estableció 680 Infocentros educativos en todo el país y puso en marcha una serie de módulos de enseñanza de alta calidad, concebidos para que los educandos adultos puedan mejorar sus rudimentos de informática y adquirir competencias más avanzadas en tecnologías de la información y comunicación. De esta forma, Infocentro ha hecho posible que más de un millón de venezolanos –comprendidas muchas personas discapacitadas – posean ahora conocimientos tecnológicos elementales. La edición de este año del premio estaba centrada en la «*Instrucción básica digital: preparar a los educandos adultos para un aprendizaje a lo largo de toda la vida y una vida laboral flexible*». El otro premio otorgado por la UNESCO en esta misma fecha fue la ONG (Organización no gubernamental) «Instituto Nacional de Educación Permanente de Adultos del Reino Unido».

1.2. El ejemplo europeo

En Europa la **alfabetización digital y mediática** (*media literacy*) se está convirtiendo en una prioridad. Por eso la Unión Europea, a través de su Parlamento, en diciembre de 2009, recomienda a los Estados Miembros la puesta en marcha de una asignatura de «*Educación Mediática*» en los colegios, escuelas, inclusive en las de discapacitados, y entre otros colectivos sociales, como el de las personas mayores.

«Esto se hace «con el objeto de impulsar la alfabetización mediática y el uso del Internet, porque ésta es la mejor forma de conocer y valorar críticamente los contenidos, los mensajes y los formatos de los medios de comunicación (...). Una escuela moderna necesita formar ciudadanos que se desenvuelvan de forma autónoma y crítica, esto es, personas con una cualificación personal y social que les facilite el saber ‘convivir’ con los medios de comunicación (...) (Esta alfabetización audiovisual y mediática comprende) las destrezas, habilidades, actitudes y aptitudes (...) para poder interpretar juiciosamente el bombardeo de imágenes y contenidos mediáticos, y telemáticos en soporte

visual, sonoro, audiovisual (...). Recomiendan los europarlamentarios que esta nueva materia fomente las producciones mediáticas de los escolares, de forma que los alumnos se conviertan en usuarios activos de los medios, superando las actitudes pasivas y de meros espectadores» (Aguaded, 2009: 7).

Esta materia de 'Educación en medios' debe tener un carácter práctico y pluridisciplinar, que aborde todos los aspectos del fenómeno comunicativo en sus más diversas expresiones: políticas, literarias, sociales artísticas. Construir conocimientos a través de textos electrónicos es bastante distinto a hacerlo con textos impresos. No se trata tanto de conocimientos tecnológicos, sino de las habilidades cognitivas que hacen falta para el uso efectivo de la tecnología (Aguaded, 2009: 8). La *media literacy* implica necesariamente el saber leer y escribir en los medios. Pero va más allá. Abarca una concepción más amplia, similar a '*media education*', que implica que sea una comprensión **crítica** y que tenga una participación **activa**. Es decir, comprende las seis dimensiones de la educación para los medios.

En el Reino Unido, la autoridad reguladora independiente de comunicaciones OFCOM (Office of Communications) fundada en 2003, tiene el encargo específico de promover la alfabetización mediática. Sus objetivos son:

- Dar a la gente la oportunidad y motivación para desarrollar competencia y confianza para participar en la tecnología de comunicaciones y en la sociedad digital.
- Informar y dar poder a la gente para dirigir su propia actividad mediática (tanto de consumo como de creación). (Solomon, 2009: 155)

2. SUJETOS CONSCIENTES DE CÓMO FUNCIONAN LOS MEDIOS

Los medios, también los digitales, son un gran negocio y buscan el **poder**. Su objetivo principal es utilizar todos los medios posibles (inclusive programas anti-sociales, como **violencia, sexo excesivo y prejuicios**), para aumentar la **audiencia** al máximo y así tener más **publicidad (o más influjo ideológico)** y ganar así más **dinero (y poder)**. Es necesario conocer tales mecanismos.

Los medios son los **nuevos instrumentos del poder**. Por eso hay que saber cómo están hechos, quiénes están detrás de ellos, qué objetivos y qué intenciones tienen. Eso lo da la educación para los medios. El que ignora esto, queda fuera de la cultura contemporánea, se convierte en un excluido, en un marginado, está a merced de ser instrumentalizado, engañado y manipulado. Detrás del mundo digital está especialmente la publicidad, y con ella un mundo global de empresas, para las que lo más importante es el lucro sin ninguna consideración para con los más débiles.

La facilidad de acceso a la **información** de todo tipo hace necesario proteger a los más vulnerables, niños y jóvenes, especialmente a la vista del incremento del contenido de violencia, intolerancia y pornografía en ellos. A veces se invoca el derecho a la información. Pero... ¿los niños y jóvenes están preparados para ejercer ese derecho? ¿Tiene un niño derecho a jugar con el fuego, con la electricidad, con un cuchillo afilado, con una pistola cargada, con un veneno, con el SIDA? ¿No debe ser guiado el niño? Se necesita desarrollar una capacidad para discernir la información recibida, dada la enorme cantidad de información disponible, un proceso que puede prosperar sólo donde hay una jerarquía de valores reconocida.

La educación para los medios pretende que el progreso de la tecnología digital lleve también al crecimiento de las personas en dignidad, responsabilidad y apertura a los demás. Un público bien educado en los matices y métodos de los medios digitales **exigirá mejor calidad** y será **menos manipulado** por ellos. Los pueblos tienen los políticos que se merecen. El público tiene también la comunicación digital que se merece. Una audiencia educada (consciente, etc) exigirá y llegará a tener una comunicación mejor. Si en ese pueblo hay una auténtica democracia, se lo logrará esto mejor. (Kubey and Csikszentmihalyi, 1990: 214). Los principales actores de los sistemas educativos –niños, adolescentes, jóvenes– constituyen un segmento del **mercado** particularmente vulnerable, siempre más y más buscados por las empresas y siempre más expuestos a sus lisonjas; éstas quieren que para ellos lo más importante sea ‘consumir’ y ‘gastar’ (Cesareo, 2010: 47). El caso actual de WikiLeaks indica cómo puede haber ‘leaks’ (filtraciones) en los servidores mejor protegidos, y los diplomáticos están aprendiendo a ser más reservados.

2.1. Consejos prácticos

He aquí algunos consejos prácticos, que tienen en cuenta el funcionamiento del Internet:

- Los motores de búsqueda de hoy pueden encontrar materiales, que se pusieron hace años en el Internet, y pueden resultar hoy día comprometedores.
- No publicar cosas de otros sin su permiso.
- Es bueno usar diferentes nombres de usuario y diversas contraseñas para entrar en las plataformas que se usen, recurriendo a pseudónimos diferentes.
- Es necesario saber quién es el administrador del servicio y que garantías ofrece para el tratamiento de los datos personales.
- Hace falta verificar siempre los niveles de **privacidad** iniciales que quizá hayan sido cambiados limitando al máximo las informaciones personales, sobre todo las que puedan ser encontradas por los motores de búsqueda.
- ¡Cuidado con la **identidad de la otra persona** con la que se está dialogando! Es bueno verificarla: que ella sea realmente la persona con la que se cree estar dialogando. Es fácil crear identidades y ‘clonar’ perfiles. A esa persona ficticia le basta disponer de una foto y de algunos pocos datos personales, y puede estar engañando.
- Conviene saber que los que suministran servicios pueden introducir, sin avisar al usuario, **cambios en el contrato inicial**. Por lo tanto conviene verificar posibles cambios y cuáles son (Spadaro, 2010: 162-163).
- No enviar los archivos en aplicación Word, porque ésta guarda datos de la computadora en la que fue creado el documento. Lo mejor es que sean transformados en PDF (Formato de Documento Portátil).

3. SUJETOS CRÍTICOS QUE SEPAN DEFENDERSE DE LAS IDEOLOGÍAS DE LOS MEDIOS

«El ‘reduccionismo tecnológico’ es uno de los peligros que atenaza a los nuevos medios de comunicación. Aprender a utilizar los medios no puede significar sólo manejarlos técnicamente, sino más bien llegar a tener la capacidad de discernir lo que tiene calidad de lo que es pura basura, la buena información de la mala, aprenderá no dejarse cautivar por la incitación publicitaria. Para poder transmitir esa capacidad, los profesores o los padres han de saber primero a qué viven expuestos sus hijos y sus alumnos y darles instrumentos para reaccionar y defenderse de posibles influencias nocivas» (Camps, 2009: 143).

Las competencias educativas para los medios no se adquieren por el consumo diario de los mismos, sino que es imprescindible una formación crítica. Los medios esconden ideologías y las tratan de imponer. Influyen como **industrias de la conciencia** y tienen una penetración creciente en nuestros procesos centrales democráticos. Hay presiones crecientes a nivel nacional e internacional para privatizar la información y someter la mayoría a los intereses de unos pocos. La educación para los medios capacitará al usuario para no dejarse influenciar tan fuertemente por ellos. Enseña a descubrir la ideología en los medios, a ver la falta de objetividad en ellos y la manipulación en las campañas políticas. Estamos en una época en que los valores éticos parecen quedar marginados por los valores que promueve la economía de consumo. El tipo de individuo que configuran las sociedades, que algunos llaman más ‘desarrolladas’ (¿?), es el individuo consumista, no el ciudadano. Pero las democracias necesitan ciudadanos.

Y una de las características del auténtico ciudadano es precisamente la de no mostrarse puramente complaciente ante los mensajes y las informaciones que le llegan, sino de poseer la capacidad necesaria para procesarlos críticamente. Por eso, es una paradoja constatar que en la sociedad llamada ‘del conocimiento’, uno de los valores más vulnerables es el conocimiento mismo. Recibir información abundante, información superficial y fragmentaria, sobre todos los temas imaginables, no es adquirir conocimiento. Hay que aprender a seleccionar dicha información y a valorarla. Y para ello ha tenido que irse entrenando (Camps, 2009: 144-145).

El verdadero problema ético, entonces, es el de dar a los niños la conciencia de la **ambigüedad de los medios**, en particular de los nuevos medios que, en su enorme posibilidad de simulación, pueden ofrecer modelos y simulacros que no se corresponden ni con la dignidad de la persona humana ni con los propios valores. Por esto es necesario comprometerse



a que la red social no se convierta en un lugar de compartir palabras e imágenes degradantes, y de mensajes que alimentan el odio y la intolerancia, o que abusan de los débiles e indefensos. Los peligros son tantos. Hay riesgo de que las plataformas sociales para compartir lleguen a ser propiedad de unas pocas empresas, que sólo miran a **aumentar sus ganancias**. Los espacios más populares para compartir, a menudo han sido creados con medios elementales por estudiantes, y después fueron comprados por colosos como Rupert Murdoch y Google. Murdoch ha comprado *MySpace* por 580 millones de dólares, y Google ha comprado *YouTube* por 1,65 millardos de dólares. El web 2.0 se ha convertido ahora en un gran negocio. Detrás de los proclamados derechos a la **privacidad** están empresas comerciales, no filantrópicas (Spadaro, 2010: 161). Pero es verdad que una plataforma que se orienta decididamente a la pura ganancia pierde la confianza de los usuarios, que no tardan en abandonarla para emigrar a otras (Spadaro, 2010: 30).

4. SUJETOS ACTIVOS PARA APROVECHAR LOS ELEMENTOS POSITIVOS DE LOS MEDIOS

La audiencia re-elabora y negocia los significados, que vienen de los medios. La educación para los medios enseña a no depender demasiado de lo digital, y a darse cuenta de las diversas interpretaciones de una imagen o escena. Los medios deben estar al servicio de la audiencia y no al revés. **Frente a la abundante información y saturación de los medios**, la educación para los medios enseña también a hacer una **selección correcta**, que refleje sus propias convicciones y valores. «Si tu hijo vive junto a la playa, es preferible que le enseñes a nadar en vez de hacer una pared frente al

mar». Más que criticar la pasividad del usuario, más que condenar y censurar, es más sabio enseñar a evaluar, a reaccionar y a elegir programas según su propia identidad. La educación para los medios ayuda a esclarecer su propia IDENTIDAD y sus propios VALORES, y a crecer en el conocimiento de la CULTURA propia y en el desarrollo de su personalidad.

Por otra parte es difícil hoy día ganarse la atención del niño y del joven, que se halla continuamente asombrado por lo nuevo y maravilloso. Los niños y jóvenes aman los medios. Se sienten atraídos por ellos, pues son entretenidos, les hablan de otros mundos reales o imaginarios, son interactivos y multimediales. Entonces conviene aprovecharse del atractivo de los medios para enseñarles a tener conciencia, a **valorizar**, a trabajar, a tener capacidad de análisis, de abstracción, y de capacidad crítica y creativa.

5. SUJETOS SOCIALES, QUE BUSCAN LOS INTERESES COMUNES PRIORITARIOS

Los medios digitales son como prótesis sociales, que ayudan a los usuarios a relacionarse con los demás (Ferrari e Rivoltella, 2010: 58); por ejemplo, el celular y la web 2.0 ayudan al adolescente a que no se sienta solo. La web 2.0 puede ser lugar de participación y de compartir, tanto de lo bueno como de lo malo. Dada la conexión global, es la gran oportunidad de un diálogo entre las personas de diferentes países, culturas y religiones, inspirado en la comprensión y tolerancia, evitando hegemonías culturales niveladoras y uniformantes. Con tales medios se crean redes. Una red social se constituye por un grupo de personas relacionadas en general con intereses comunes, abiertas a compartir pensamientos, conocimientos, pero también trozos de su vida: desde los 'link' a los sites que consideren interesantes hasta las propias fotos y los propios y videos personales (Spadaro, 2010: 13).

La necesidad de conocer, de ser conocido y de hacer amistades es una necesidad 'seria', que tiene el riesgo de confundirse con relaciones superficiales y esporádicas y con el exhibicionismo. Las redes sociales son una ayuda potencial para las relaciones, pero también una amenaza. Y en ellas pueden darse varios casos. El Internet puede ser **de signo positivo**, como cuando se encuentran en la red personas amigas o «el alma gemela».

También se va **de lo negativo a lo positivo**, como cuando personas muy tímidas se arriesgan a abrirse a través de la pantalla y a conocer personas nuevas. Pero hay casos en que se va **de lo bueno a lo peor**, como cuando el chat permite al protagonista encontrar el amor, pero al final se revela del todo distinto de cómo se lo imaginaba, causando una profunda desilusión. No solamente los computadores realizan esta red, sino también los Facebook, los Twitter, las TIC, los Blog, wiki, podcast, aNobii, los ambientes simulados de vida como 'Second Life', los celulares, las cámaras fotográficas, las videocámaras digitales y los grabadores digitales de sonido. El Facebook tiene también oportunidades y amenazas. Pero teniendo ellas en cuenta, se puede aprovechar para objetivos positivos (Ver Martínez de Toda, 2010). Si la red social realizada en la web 2.0 se vive con un discernimiento atento, puede llegar a ser una ocasión positiva de crecimiento y de participación.

Está también el problema de la **privacidad**. Las plataformas del compartir están llenas de datos sensibles sobre las personas que ponen los contenidos. Y el grado de privacidad que se garantiza en la red es siempre relativo. Conviene vigilar sobre la conducta de firmas como Google o Yahoo, sobre todo cuando los gobiernos les piden recoger y consignar datos sensibles para la censura o la represión. En fin, la **publicidad, la pornografía, la violencia** son todos contenidos que se pueden cargar fácilmente en la red. La educación para los medios debe estar al servicio de los objetivos prioritarios de la sociedad: Educación para la Comunicación, para la Organización y para el Desarrollo (ECOD). La educación para los medios enseña a los estudiantes a enfrentar las demandas del futuro.

5.1. La familia, la escuela y el celular

La interpretación de los mensajes depende también de las **mediaciones sociales**. Conviene ser consciente de cómo los padres, los coetáneos y los maestros pueden influir en la interpretación de los mensajes de los menores. La familia y la escuela son **dos agencias educativas**, pero que no están cumpliendo con su deber de educar para los medios digitales. Por una parte, dentro de la familia, el adolescente pide a sus padres que confronten el tema del consumo mediático; pero los padres no se sienten capaces de ello. Por otra parte, la **escuela** muchas veces no quiere ocuparse de los

medios digitales, quizá diciendo que su función es transmitir cultura y no hablar de celulares, y que, además, ocuparse de la educación a los medios es añadir un trabajo al que ya tienen. (Ferrari e Rivoltella, 2010).

En la escuela se suelen usar poco los medios digitales. En cambio en la casa, que es donde se desenvuelve la mayor parte de la vida cotidiana de los muchachos, es donde se usan más los medios digitales. Los niños se aíslan de los lazos familiares y de las interferencias de los adultos, y se conectan con el resto del mundo mediante la TV, la radio, el pc, los celulares, los videojuegos, los blackberry, etc. ¿Cuál es la funcionalidad formativa de la escuela, un espacio pensado programáticamente como separado, aislado y no comunicante con el resto del mundo? ¿Cómo puede valorar la escuela el componente participativo y de ciudadanía que la nueva condición de **prosumer (pro-ducer + con-sumer) digital** comporta? (Cesareo, 2010).

Por fin, el adolescente pasa de la *'bedroom culture'* a la *'pocket culture'*, es decir, su consumo mediático pasa de la casa familiar a los **celulares** de bolsillo, que se usan también fuera de casa. Esta transición de lugar dificulta el control sobre los contenidos y la cualidad de los mensajes, porque, a medida que el consumo se va del lugar familiar, les resulta más difícil a los padres saber dónde está navegando su hijo; y tampoco se **comparte el consumo**, que es uno de los presupuestos de la educación familiar a los medios (Ferrari e Rivoltella, 2010).

Los medios tradicionales, como la TV, estaban atados a un lugar, y esto permitía un control de tales medios por parte de los padres. Así aparecía en las recomendaciones de los educadores: no poner televisor ni donde se come ni en las habitaciones de los hijos, no tener muchos televisores en casa, poner la conexión al Internet en un sitio compartido por la familia (*bedroom cultura*). Esto se hacía para que los hijos no construyeran su mundo aparte, hecho de los gustos, valores y conductas de sus coetáneos, y adonde el adulto no tiene acceso. También se hacía para que la educación



pasara por el diálogo y la negociación: si sólo hay un televisor, habrá que ponerse de acuerdo sobre qué programa ver en cada momento.

De esta forma el celular se convierte para el adolescente en una **tecnología de libertad**: él decide si responde o no, si lo apaga o no, si llama a otro o no, independientemente del sitio donde esté. En general, la primera compra de un celular (muchas veces ya a los ocho años) no es pedida por el muchacho, sino que ha sido decidida por los padres, que imponen al hijo llevar consigo siempre el celular cuando salga de casa, para saber dónde está. De hecho, la función de este celular no es saber exactamente dónde está su hijo, sino tranquilizarse sabiendo que está bien (Ferrari e Rivoltella, 2010). Pero poco a poco los padres acaban usando también el celular, como lo usa su hijo con los coetáneos. Así el celular **acerca las generaciones**. Ésta es una base muy buena para la labor educativa de los padres.

Ciertamente, no conviene que los padres actúen como **controladores**. Controlar es algo negativo. El control lleva a la censura, a la prohibición y hasta a la eliminación de los medios en el entorno familiar. Hay parejas con niños pequeños, que aseguran: «Hemos decidido no comprar televisor», «No tenemos ni computador ni conexión», «A mi hijo jamás le compraré un celular». Esto es algo estéril y dañoso. Estéril, pues el hijo consumirá medios fuera de casa. Dañoso, pues le quita al hijo elementos de integración social, y no le proporciona elementos educativos sobre los medios (Ferrari e Rivoltella, 2010).

5.2. El caso del *cyber-bulismo*

La escuela ha sido siempre teatro de comportamientos opresivos entre los coetáneos, pero en estos últimos años están aumentando nuevas formas opresivas en un contexto digital. Es el caso del 'cyber-bulismo' (del inglés 'bully', que significa matón, pendenciero, abusador). Se da el bulismo, cuando hay comportamientos opresivos repetidos de un '**perseguidor**' contra una '**víctima**', que sufre daños directos (ataques físicos e insultos) o indirectos (aislamiento del grupo), teniendo como cómplice al **grupo** de coetáneos. Y el cyber-bulismo es una agresión intencional hecha a través de formas electrónicas, como Internet, celulares, etc. Por desgracia, el bulismo encuentra en la escuela su contexto **privilegiado** (Ferrari e Rivoltella, 2010).

El anonimato en la red empeora la situación, pues es más fácil esconderse en la red. Y el grupo crece exponencialmente en la red. En junio de 2006 un muchacho del Instituto Steiner de Turín fue golpeado, filmado en clase y publicado on-line por los compañeros. (Ferrari e Rivoltella, 2010). En noviembre de ese mismo año 2006 algunos muchachos golpearon y se burlaron de un compañero discapacitado filmando la agresión en un 'videófono', es decir, en un celular con videocámara. Los muchachos después publicaron lo filmado en YouTube, poniéndolo entre los filmes cómicos. Por ello Google, propietaria de YouTube, fue acusada de complicidad en difamación agravada (Spadaro, 2010).

En realidad la puesta en red sólo es, por desgracia, solamente la punta de un iceberg. Lo mismo está mal, aunque no se pase por Internet. Esto es grave y debe cuestionar a los educadores, pero sobre todo a los propios muchachos sobre los motivos que les empujan a actitudes y conductas tan exhibicionistas y violentas. Por eso los gobiernos dictatoriales encuentran tan peligrosas estas plataformas de video, y las someten a filtros y censuras. También se puede controlar esto por medio de la educación.

¿Cómo usar los instrumentos de comunicación 2.0 como educación contra el bulismo? Hubo un **proyecto RAMEBIS** (Ricerca-Azione su Multimedialità, Educazione e Bullismo In Scuola) en Sicilia, que duró dos años (Ferrari e Rivoltella, 2010b). Con él se trataba de promover un comportamiento de uso **correcto y equilibrado** de los medios digitales por parte de los adolescentes en caso de bulismo. En otra investigación los adolescentes señalaron estas funciones de los medios digitales: función transgresora de los medios (digitales y no), como en el caso del bulismo (29,5%), socializante (29%), lúdica (20%), comunicativa (14%), informativa (6%) y creativa (3%). (Carenzio, Fontana e Mingrino, 2010). Las agencias educativas (familia y escuela) no ofrecen respuestas eficaces al bulismo. La familia no se siente suficientemente competente para dar respuesta. El sistema escuela parece defenderse pidiendo una reglamentación o prohibiendo a los adolescentes el traer **celulares** a la clase (Ver <http://www.codicinobullismo.splinder.com>).

He aquí algunos criterios: esta educación debe ser **preventiva**; tampoco se trata de prohibir simplemente el **uso de los medios**, sino más bien de **rehabilitar a la víctima** a través de ellos: «¿Cometiste una infracción online

contra alguien? Rehabilita a tu compañero también online» (Ferrari e Rivoltella, 2010). La educación debe orientarse siempre a una vigilancia crítica.

5.3. Segunda vida (*Second Life*)

Este sitio web (www.seconddlife.com) introduce a una especie de videojuego, donde se puede reproducir en un paisaje o escenario un simulacro de forma de vida. Uno crea su 'ego' virtual (el 'avatar', que en sánscrito significa 'descender'; es el descenso de una divinidad a la tierra entre mortales). Lo hace a su propio gusto en el traje, cara, sexo, identidad, etc. El territorio tiene regiones, islas, cielos donde volar, ciudades que visitar (Dublín, Amsterdam, Roma...), desde donde enviar tarjetas postales. Hay conciertos adonde se puede entrar. Los gastos se pagan con moneda propia: un dólar equivale a 260 Linden dólar; un euro a 360 Linden dólar. Está la BBC, CBS, Toyota, General Motors, etc.

Hay propuestas de matrimonio, pero no se habla de 'bodas', sino de 'compañeros/as'. Los genitales hay que comprarlos, pero se puede seleccionar su tamaño, etc. Hay una tercera vida. Todo es una simulación digital. Pero hay muchas alarmas. Por ejemplo, ¿qué tal si la pareja es distinta de la de la vida real? (Spadaro, 2010).

6. SUJETOS CREATIVOS Y CREADORES DE CULTURA

La educación para los medios enseña a desarrollar la capacidad productiva de los alumnos, a ser creadores de la cultura popular, y de estilos y modelos de vida. Ella también permite ver la propia responsabilidad como usuario de tales medios, al preguntarse continuamente si es ésta la cultura que se desea crear. La tecnología parece aportar efectos positivos en el aprendizaje y en la productividad intelectual.

Los nuevos medios digitales son creativos, pero con estas características:

a. Portabilidad: con ellos se puede recibir y remitir mensajes en cualquier sitio privado o público. Y por eso los márgenes y estrategias de intervención educativa se deben volver a discutir por completo.

b. Rastreo de huellas: cualquier empresa puede recoger todos los datos que se han ido dejando en Facebook, etc, y puede descubrir cosas que el interesado no quisiera que ahora se hicieran públicas.

c. Hibridad social. Lo que uno escribe en un blog y en un Facebook, lo escribe como privado, pero se hace inmediatamente público, lo puede leer todo el mundo. Y éste es un **problema** típico de las generaciones juveniles: no distinguen entre el **espacio público y el privado**, cuando usan los multimedios. Más aún, no sólo no distinguen, sino que lo que antes se trataba de esconder, es ahora lo que tratan de hacer público, como parte de la construcción de su identidad individual y social (Ferrari e Rivoltella, 2010). Por ello se necesita la educación.

d. El lenguaje y la comunicación utilizados por los jóvenes es veloz, sintético y fáctico («¿Estás ahí? ¿Puedes hablar?») del SMS, del chat y del teléfono).

e. Interesa más **estar en contacto**, e interesa menos el contenido del intercambio. Se quiere ser parte del grupo, sumar: en el fondo es una necesidad típica de la fase evolutiva, por la que atraviesa el adolescente. El contacto permanente llega a ser una característica peculiar de los nativos digitales, y gestionar esta 'socialidad continua' es una competencia necesaria para no quedar fuera de la 'tribu', para no quedar aislados (Ferrari e Rivoltella, 2010).

f. Los jóvenes influyen y contagian a los adultos, y así los medios digitales son un **punto intergeneracional**. Los medios digitales ayudan a la socialización horizontal y a la vertical.

g. En la web 2.0 podemos ponernos máscaras y abandonar nuestras características personales. **El anonimato** permite romper convenciones sociales y culturales. Pero al mismo tiempo hace disminuir las responsabilidades. Esto no es por sí mismo negativo. Ofrece la posibilidad de ofrecer diversos aspectos de nuestra personalidad, que así se convierte en múltiple, híbrida y creativa.

La realidad virtual y la realidad real son modos distintos de experimentar nuestro cuerpo, nuestra mente, nuestra esfera emotiva consciente e inconsciente y nuestra relación con los demás. Obviamente también a esto

conviene estar educados, sobre todo pensando en los adolescentes, tan habituados a considerar estas posibilidades como un juego que no tiene consecuencias relevantes sobre sí mismo o sobre los otros (Ferrari e Rivoltella, 2010).

6.1. El blog

El blog nació en el año 2000. El «saber cooperativo» (por ejemplo, Wikipedia, que comenzó en 2001) y la ‘inteligencia colectiva’ (Lévy, 2002) son formas de acumulación de saber, al que cada usuario puede contribuir, añadiendo, modificando, verificando o corrigiendo los conocimientos que otros usuarios han producido ya; la revisión de parte de toda la ‘comunidad del saber’ constituye un potente mecanismo de control sobre lo correctas que puedan ser las informaciones recibidas. (Cesareo, 2010). Se basa en el principio, según el cual, «ninguno de nosotros sabe todo; cada uno de nosotros sabe algo. Pero podemos poner juntos los trozos» (Jenkins, 2007: XXVI).

Los blog (o ‘diarios personales en red’) han cambiado la escena mediática. Quizá se vio una prueba tangible el 26 de diciembre de 2004 con ocasión de la tragedia del tsunami. Antes y mejor que las agencias oficiales, decenas de personas contaron los acontecimientos que estaban ocurriendo, también con el auxilio de filmados amateurs, que fueron enviados rápidamente al Internet y metidos en blog (Spadaro, 2010). En una clase de escuela secundaria se puede considerar el mundo del blog, una realidad que ejerce una atracción creciente en el mundo juvenil. De esta forma se trata de construir un producto tecnológico de interés para los alumnos. En la primera fase se muestra cómo se construye un blog, consintiendo a la clase de recuperar eventuales experiencias informales y de poner las primeras actividades de compartir y de *peer tutoring*, mientras el docente puede limitarse a dar alguna sugerencia técnica.

Mientras poco a poco el propio blog se enriquece de experiencias y narraciones, se exploran otras realidades en otros blogs (por ejemplo, blogs de personajes famosos) y se hacen preguntas más y más complejas («¿Qué tipo de lenguaje caracteriza un blog? ¿Qué relación hay entre el blog y otros instrumentos de compartir social en la red?», etc). También pueden

ser preguntas de tipo ético («¿Qué usos incorrectos o riesgos se presentan al usar estos instrumentos? ¿Cuánto me puedo fiar de una información que encuentro en un blog o en la red en general?»). O también pueden ser problemáticas de orden teórico e ideológico (¿Qué relación hay entre el blog y el pluralismo de pensamiento? ¿Qué papel juegan las comunidades de los bloggers en los diversos contextos sociales y políticos?) (Calvani, 2010: 23).

En los países donde está limitada la libertad de expresión, se repiten las clausuras de *sites* y los arrestos de los blogger por su capacidad de crear opinión y de hacer 'contrainformación'. Pero significa que también organizaciones como hezbollah de milicianos islámicos u organizaciones filo-terroristas puedan libremente encontrar espacio de expresión y propaganda.

«En Arabia y en el mundo africano existe un número creciente de blogs; son la comidilla del día con primicias (que son a menudo censurables desde la perspectiva profesional y ética); los blogs provocan la ira de los agentes políticos, asociaciones y parlamentos, lo cual con frecuencia sentencia a los 'bloggers' a prisión, algo que había sido el exclusivo 'privilegio' de periodistas profesionales veteranos. Innumeralbes bloggers y usuarios de Internet han sido denunciados por las autoridades de sus países, o castigados en mayor o menor grado por los Parlamentos en Marruecos, Mauritania, Túnez, Senegal, Nigeria, Siria, Egipto y Jordania» (Eddine, 2009: 44-45).

Por eso conviene establecer la norma general: nunca fiarse. También el podcast tiene una dimensión creativa. Se distingue de la radio en que ella tiene un palinsesto fijo y hay que sintonizarlo a ciertas horas para escuchar los programas que interesan; mientras que el podcasting permite descargar los programas y escucharlos cuando se desee.

CONCLUSIÓN

Como se ve, unas dimensiones ayudan a otras de una forma complementaria y se entrelazan. Se mencionó al principio cómo la educación para los medios comenzó con los medios tradicionales (prensa, cine, radio y TV). Se observa que la educación para los medios tradicionales se diferencia de la educación para los medios digitales en que ésta le da más importancia a las dimensiones social, creativa y consciente. Esto se debe a que en

los medios digitales hay más relaciones, redes sociales, participación, creatividad y manejo secreto de los propietarios de los medios digitales. Es algo que está caracterizando a nuestra cultura postmoderna.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUADED GÓMEZ, J. Ignacio

(2009) «El Parlamento Europeo apuesta por la alfabetización mediática», en *Comunicar, Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, XVI, 32, 2009. Número especial coeditado con la Alianza de Civilizaciones (ONU), UNESCO y Comisión Europea, pp. 7-8.

BAUDRILLARD, J.

(1976) *L'échange symbolique et la mort*, Paris: Gallimard (tr. it. *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano: Feltrinelli, 1990).

CALVANI, Antonio

(2010) «Dove va la Media Education? Riflessioni sull'identità della ME nella società contemporanea», in *Media Education 1: Studi, ricerche, buone pratiche. Erickson*. Maggio 2010. Rivista semestrale, pp. 13-26.

CAMPS, Victoria

(2009) «La educación en medios, más allá de la escuela», en *Comunicar, Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, XVI, 32, 2009. Número especial coeditado con la Alianza de Civilizaciones (ONU), UNESCO y Comisión Europea, pp. 139-145.

CARENZIO, Alessandra; FONTANA, María Pía e MINGRINO, Marta

(2010) «Le risposte degli adolescenti e degli insegnanti», in Rivoltella, Pier Cesare; e Ferrari, Simona (2010) *A scuola con i media digitali. Problemi, didattiche, strumenti*. Milano: Vita e Pensiero, pp. 125-152.

CESAREO, Vincenzo

(2010) «La scuola al tempo della modernità», in *Media Education 1: Studi, ricerche, buone pratiche. Erickson*. Maggio 2010. Rivista semestrale, pp. 39-50.

EDDINE NAJI, Jamal

(2009) «Educación en medios ante la brecha digital en los países del Sur», en *Comunicar, Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, XVI, 32, 2009.

Número especial coeditado con la Alianza de Civilizaciones (ONU), UNESCO y Comisión Europea, pp. 41-50.

FERRARI, Simona e RIVOLTELLA, Pier Cesare

(2010) «Nuovi media e comportamenti degli adolescenti: i problemi educativi», in Rivoltella, Pier Cesare; e Ferrari, Simona (2010) *A scuola con i media digitali. Problemi, didattiche, strumenti*. Milano: Vita e Pensiero, pp 45-78.

JENKINS, H.

(2007) *Cultura convergente*, Milano: Apogeo (ed. or. 2006).

KUBEY, Robert and CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly

(1990) *Television and The Quality of Life. How Viewing Shapes Everyday Experience*. LEA.

LÉVY, P.

(2002) *L'intelligenza collettiva*, Milano: Feltrinelli (ed. or. 1997).

MARTÍNEZ DE TODA, José

(1998) «Las seis dimensiones en la educación para los medios (Metodología de Evaluación)», en *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación* (Caracas), N. 103, 1998, pp. 33-47.
<<http://www.ntedu.org/comunica/artimartinez.html>>.

MARTÍNEZ DE TODA, José

(2010) «Sugerencias para el uso de Facebook (en la Red de Estudiantes Jesuitas interesados en la comunicación)».
http://www.flacsoandes.org/comunicacion/cts/papers2.php?pub_id=326

MASTERMAN, Len


(1985) *Teaching the Media*. London: Routledge.

SPADARO, Antonio

(2010) *Web 2.0; Reti di relazione*. Milano: Paoline.

SOLOMON, Eve

(2009) «El papel de la autoridad reguladora en la alfabetización mediática», en *Comunicar, Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, XVI, 32, 2009. Número especial coeditado con la Alianza de Civilizaciones (ONU), UNESCO y Comisión Europea, pp. 147-156.



Comunicación, gestión
de los intangibles y publicidad

Communication, management
of the intangible and publicity

CARLOS ARCILA
CALDERÓN
(Venezuela)

ELÍAS SAID-HUNG
(Colombia)

JORGE MORET
(Venezuela)

RAIMON COLMENARES
(Venezuela)

CARLOS ARCILA CALDERÓN (Venezuela)

Nacido en 1980. Comunicólogo, especialista en comunicación digital. Doctor del programa «Comunicación, Cambio Social y Desarrollo», del Departamento de Sociología IV (Teoría y Metodología de la Comunicación) de la Facultad de Ciencias de la Información (2010, Universidad Complutense de Madrid). Master en Periodismo de Agencia (2006, Universidad Rey Juan Carlos-Agencia EFE). Licenciado en Comunicación Social, Mención Periodismo, egresado con honores, mención «*Cum laudè*» (2005- ULA). Profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes-Núcleo Táchira «Dr. Pedro Rincón Gutiérrez»). Docente e investigador del Departamento de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Norte (UNINORTE), en Barranquilla, Colombia. Investigador asociado del Centro de Investigaciones de la Comunicación (CIC) de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Presidente III Congreso INVECOM 2011, de la Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom). Director del Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «*Disertaciones*» y Editor del *Journal of Latin American Communication Research*. Miembro del Grupo de Investigación «Comunicación, Cultura y Sociedad» del Núcleo Táchira, ULA. Miembro del Consejo Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación. Colabo-



CARLOS ARCILA C.



ELÍAS SAID-HUNG



JORGE MORET



RAIMON COLMENARES

Comunicación interna y cultura en cuatro diarios venezolanos¹

*Internal communication
and culture in four venezuelan
newspapers*

Recibido: 05/ 04/ 2011

Aceptado: 23/ 05/ 2011

© De conformidad por su autores para su publicación. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de los autores. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º de Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

¹ Los autores de este artículo agradecen al Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico (CDCHT) de la Universidad de Los Andes, por el financiamiento concedido a la investigación titulada «Comunicaciones internas y cultura en siete diarios venezolanos», bajo el código NUTA-H-292-08-09-A.

RESUMEN

CARLOS ARCILA CALDERÓN, ELÍAS SAID-HUNG, JORGE MORET y RAIMON COLMENARES

Comunicación interna y cultura cuatro diarios venezolanos

Este estudio valora el proceso comunicativo interno -formal e informal- de dos medios de comunicación impresos en Venezuela, con el objetivo de indagar la percepción que tienen los periodistas adscritos al Diario Los Andes en sus ediciones para Mérida, Táchira, y Trujillo y el Diario El Tiempo; en lo que se refiere al uso de los canales internos que transportan los mensajes informativos sobre las cuestiones de la empresa (problemas, objetivos, planes, actividades), y el uso que hacen de estos canales.

Descriptor: Comunicación / Interna / Informal / Cultura / Organización / Periódicos / Venezuela.

ABSTRACT

CARLOS ARCILA CALDERÓN, ELÍAS SAID-HUNG, JORGE MORET y RAIMON COLMENARES

Internal communication and culture in four Venezuelan newspapers

This study is oriented to appreciate the internal communication process –formal and informal- of two newspapers in Venezuela, with the objective to analyze about how are the journalist's perception from Daily Los Andes in its versions for Mérida, Táchira, and Trujillo; and Daily El Tiempo about the use of the internal channels which transport informative messages about the matters of the company (problems, objectives, plans, activities), and the use they make of this channels.

Keywords: Communication / Internal / Informal / Organization / Newspapers / Venezuela.

RÉSUMÉ

CARLOS ARCILA CALDERÓN, ELÍAS SAID-HUNG, JORGE MORET y RAIMON COLMENARES

Communication interne et culture dans deux quotidiens vénézuéliens

Cette étude évalue le processus communicatif interne – formel - et informel de deux quotidiens vénézuéliens, dans le but d'étudier la perception qu'ont les journalistes assignés au journal *Los Andes* dans ses éditions pour Mérida, Táchira, et Trujillo; et le journal *El Tiempo* en ce qui concerne l'usage des canaux internes qui transportent les messages informatifs sur les questions de l'entreprise (problèmes, objectifs, plans, activités), et l'utilisation qu'ils font de ces canaux.

Mots-clés: Communication / Interne / Informelle / Culture / Organisation / Journal, Quotidien / Vénézuéla.

RESUMO

CARLOS ARCILA CALDERÓN, ELÍAS SAID-HUNG, JORGE MORET y RAIMON COLMENARES

Comunicação interna e cultura em quatro jornais venezuelanos

O artigo busca compreender o processo interno de comunicação - formal e informal de dois mass media em Venezuela, com o objetivo de conhecer mais sobre a percepção que têm os jornalistas do Diário de Los Andes, em suas edições para Merida, Táchira, e Trujillo; e o Diário El Tiempo; do uso dos canais de comunicação interna que têm para a transmissão de seus mensagens relacionados com estas companhia (problemas, objetivos, empregados, atividades), e do uso que fazem destes canais.

Palavras chaves: Comunicação / Interno / Informal / Cultura / Organização / Jornais / Venezuela.

INTRODUCCIÓN

Toda empresa moderna se enfrenta a grandes retos para permanecer estable y seguirse expandiendo en este mundo actual supremamente globalizado, que amerita procesos organizativos cada vez más amplios y complejos frente a las realidades en permanente transformación, propios de una sociedad cada vez más hiperorganizada (Moret y Arcila, 2009). Todos los aspectos como calidad, competitividad de los productos y servicios, gestión responsable; están inevitablemente ligados a lo que es la organización de la empresa. Por tanto, el factor humano se ha convertido en uno de los aspectos más importantes de una compañía, son sus rutinas y procesos los que mantienen la cohesión como sistema. Resulta evidente entonces que la óptica empresarial ya no sólo se concentra en el paradigma de la economía, producción y administración que la definió desde el Siglo XIX. Ahora se nutre además de los avances de la comunicación, la



rador en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales con más de 40 artículos académicos publicados. Dirección: Departamento de Comunicación Social. Universidad del Norte Barranquilla-Colombia. Correo electrónico: carcila@uninorte.edu.co / carcila@gmail.com
Teléfonos: +57 5 3509509 ext.4803 / +58 212 7728037 /

ELÍAS SAID-HUNG (Colombia)

Nacido en 1979. Doctor en Tecnología, Estructura y Tratamiento de la Información, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo II (2006, Universidad Complutense de Madrid). Especialista en Investigación Social Aplicada y Análisis de Datos por el Centro de Investigaciones Sociológicas (2007, CIS. España). Sociólogo por la Universidad Central de Venezuela (2001, UCV). Docente e investigador del Departamento de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Norte en Barranquilla (UNINORTE), Colombia. Director del Observatorio de Educación del Caribe Colombiano-IESE. Editor del libro *Tic, comunicación y periodismo digital*, Tomos 1-2. Barranquilla, Colombia. Ediciones UNINORTE. 2010. Miembro del Consejo Científico Internacional del Anuario Ininco/Investigaciones de la Comunicación. Colaborador en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales.
Correo electrónico: saide@uninorte.edu.co / esaidh@gmail.com
Teléfono: +57 5 3509509 ext 4919

JORGE MORET (Venezuela)

Doctor en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor Asociado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes - Núcleo Táchira «Dr. Pedro Rincón Gutiérrez». Miembro del Grupo de Investigación «Comunicación, Cultura y Sociedad» Núcleo Táchira, Universidad de Los Andes.
Correo electrónico: moretjorge@hotmail.com

RAIMON COLMENARES (Venezuela)

Estudiante de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes (ULA), Venezuela. Asistente del Grupo de Investigación «Comunicación, Cultura y Sociedad»
Correo electrónico: raimoncolmenares@hotmail.com

cultura y la identidad como nuevas rutas para dinamizar la acción empresarial. Estos tres pilares son esenciales para el desenvolvimiento óptimo de una empresa, y ésta debe ser vista holísticamente a fin de entender su complejidad.

Se plantea en este estudio reconocer la realidad formal empresarial que conforma su identidad y su cultura, para entonces realizar una aproximación especial a la realidad organizativa informal y deducir las pautas que controlan los procesos que allí ocurren, las cuales no están establecidas explícitamente en la planificación de la empresa, sino que ocurren de manera espontánea. En este nivel informal, los elementos aprovechables que integran dicha faceta poco estudiada de las empresas, podrían plantearse como unidades planificadas estratégicamente para mejorar la comunicación interna. La investigación que se presenta a continuación es resultado del proyecto «Comunicaciones internas y cultura en la prensa venezolana», ejecutado por el Grupo de Investigación «*Comunicación Cultura y Sociedad*» (Gruinco) de la Universidad de Los Andes (Venezuela), cuyo primer estudio piloto se realizó al Grupo español FISA² (Moret y Arcila, 2009), donde se puso a prueba el marco metodológico de este estudio.

MARCO TEÓRICO

La socialización de los objetivos corporativos es esencial, y requiere un mayor esfuerzo de comunicación y gestión empresarial interna, donde la comunicación informal puede resultar determinante en el éxito o fracaso de los propósitos. Siendo la comunicación interna el tipo de comunicación que favorece o promueve relaciones eficientes entre el personal de la organización y generan la confianza necesaria para coordinar adecuada y responsablemente todos los recursos disponibles en consecución de la misión compartida, con el fin de mejorar la calidad de trabajo (La Porte, 2001). Según García (1998), esta comunicación sirve como vehículo para contar con las opiniones de todos en una reflexión global sobre la empresa en áreas bien sensibles: productividad, conocimientos, compartir ideas, participar, sensibilizar, formular necesidades, evaluar problemas, implicar nuevos grupos de trabajo, estimular la innovación y los cambios, además de orientarlos.

² Nombre ficticio. Al ser un estudio de caso, se decidió omitir el nombre verdadero de la casa editorial para proteger los intereses de la compañía.

Ahora bien, la comunicación interna ocurre de manera formal y planificada, pero también puede darse como procesos informales (Moret y Arcila, 2011); lo que puede describirse negativamente como aquello que está fuera de la formalidad, al margen de la racionalidad planteada para alcanzar las metas. Pero también puede considerarse como relaciones espontáneas de simpatía, a partir de los vínculos psicológicos y sociales no previstos, sin objetivos muy definidos, en los que no hay una plena conciencia individual.

La mayor parte de los desarrollos teóricos y empíricos en investigaciones se han centrado en la organización de los medios desde la visión formal, tal como lo afirman Alonso y otros (2004) en sus estudios psicológicos de las organizaciones. La presente investigación busca apuntar el foco hacia esta realidad y los **procesos** que allí se dan, como son:

- **Los itinerarios del rumor:** pudiendo definir el rumor como una información vaga y confusa, procedente de fuentes no claramente identificadas, que corre a través de los canales informales, dando lugar a un conocimiento generalizado sobre temas que afectan a las personas o a la organización. El rumor es sólo *una manera de comunicar*: una «forma» en que se construyen mensajes por el correr de la voz. Decimos una forma, porque no es «la comunicación», sino una manera particular de comunicación con características que la especifican y determinan.

Restrepo y Rubio (1992) nos ofrecen también un interesante esquema (ver tabla 1) para caracterizar al rumor en su proceso y su discurso, en el que se distinguen diez «valencias» o propiedades que lo configuran.

- **Líderes informales:** es otro factor que nos interesa. Los líderes informales poseen un gran poder en la organización, pero no son reconocidos por la estructura formal de poder en la mayoría de los casos. Los miembros de la organización, generalmente, se convierten en líderes informales por su deseo extremo por detentar poder y un reconocimiento social en la organización al convertirse en centros de referencia obligatoria para muchos sujetos que requieren de su ayuda o cooperación para resolver asuntos relacionados con su trabajo o sobre trámites

Tabla 1
Proceso y discurso del rumor

Proceso	Característica	Discurso	Característica
Colectividad	Se da entre muchas personas	Oralidad	Es a través de la voz como se realiza
Red	Se da de manera transversal y múltiple	Anonimato	Lo que se dice no tiene autor definido
Espontaneidad	Se genera de forma natural, propia de la condición humana	Relato	Son «historias» sobre personas o acontecimientos
Velocidad	Hace sus recorridos de forma rápida	Mediación	Ocupa un lugar intermedio e indefinido
Cotidianidad	Hace parte de los acontecimientos diarios	Marginalidad	No hace parte de los discursos oficiales

Fuente: Restrepo y Rubio (1992: 188-189).

administrativos que se deben seguir y son desconocidos por ellos, entre otras acciones (Kreps, 1990).

Se tiene como **objetivos específicos** aproximarse a los anteriores factores y destacar su valor, junto con el del resto de los actores de la comunicación informal, las redes de comunicación que emplean y prefieren, y su cultura.

3. METODOLOGÍA

Los **objetivos principales** de la investigación fueron:

- Evaluar el proceso comunicativo interno en la prensa venezolana
- Evaluar los elementos componentes de la cultura organizacional de la prensa venezolana

La pregunta que resume el propósito es la siguiente: *¿Cuál es la percepción sobre la comunicación interna e informal, y la cultura corporativa que poseen los directivos y empleados en la prensa venezolana?*

La investigación se puede clasificar como:

- **Aplicada:** al perseguir fines directos e inmediatos, que son, fundamentalmente, evaluar el proceso comunicativo interno de la organización, analizando la percepción que los trabajadores de los mensajes informales sobre la cultura.
- **Descriptiva:** pues comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de las características fundamentales de conjuntos homogéneos, de fenómenos y de la naturaleza actual del objeto de estudio. Esta descripción orientó la elaboración de las conclusiones acerca del proceso comunicativo interno e informal y la cultura de las empresas mediáticas.
- **De campo:** por cuanto los datos que interesaban se recogieron directamente de las empresas, con el trabajo concreto de los investigadores, que produce datos como resultado de la experiencia empírica.
- **Enfoque cualitativo y cuantitativo:** debido a que combina entrevistas en profundidad para extraer elementos cualitativos, y un cuestionario estructurado del que se extraen conclusiones cuantitativas. Ambas herramientas aplicadas al personal en distintos niveles para conocer la postura que asumen frente a la comunicación informal interna, en todos los tipos de relaciones: horizontal, ascendente y descendente.

La población del estudio corresponde a todos los periódicos venezolanos. Para este estudio se han tomado como **muestra 4 periódicos del interior del país:** Diario *El Tiempo* (Puerto la Cruz), Diario *Los Andes* (Trujillo), Diario *Los Andes* (Táchira) y Diario *Los Andes* (Mérida). Para alcanzar los objetivos planteados se diseñó y aplicó una encuesta online (en octubre de 2010) entre todos los periodistas de cada uno de los medios (N=45). Como se observa en la **Tabla 2**, la muestra final quedó configurada con el número de periodistas que accedieron responder a la encuesta: 25 de Diario *El Tiempo*, 5 de DLA Trujillo, 4 de DLA Táchira y 1 de DLA Mérida.

Tabla 2
Muestra de la encuesta

Opción	Cuenta	Porcentaje
Diario <i>El Tiempo</i> (1)	24	53,33%
Diario <i>Los Andes</i> (DLA) Trujillo (2)	5	11,11%
DLA Táchira (3)	4	8,89%
DLA Mérida (4)	1	2,22%
Sin respuesta	11	24,44%
TOTAL	45	100%

Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

4. RESULTADOS

Los datos que presentamos a continuación muestran la percepción que tienen los mismos periodistas sobre los procesos de comunicación interna y los aspectos culturales que están presentes en la organización periodística para la que trabajan. Hemos dividido este apartado en función de las variables analizadas (comunicaciones descendente, ascendente y horizontal, elementos culturales, comunicación informal, temas de conversación y relaciones informales), haciendo un análisis específico de los ítems más importantes que fueron consultados en la encuesta.

4.1. Comunicación descendente (de jefes a subordinados)

* Cuando recibe instrucciones de trabajo por parte de los jefes inmediatos (Sección de la encuesta 65).

- «Se aporta información precisa sobre las mismas».
- «Se destaca la importancia de su cumplimiento».
- «Satisfacen sus necesidades de información como empleado».

Para el primer ítem, un gran 84% se muestra a favor de las opciones «Frecuentemente» y «Siempre». Para el segundo y tercer ítem las opiniones se

mostraron en ambos casos también positivas: un poco mayores al 50% para las afirmaciones «*Frecuentemente*» y «*Siempre*». Sobre las instrucciones, los resultados indican que se entienden bien y fluyen adecuadamente desde los superiores al resto de empleados. No obstante, en el punto sobre la satisfacción de las necesidades de información del empleado, parece haber cierta disconformidad en la mitad de las respuestas.

- * **Al informar los superiores sobre los procedimientos administrativos (papeleo) en el Diario (Sección de la encuesta 66).**
 - «Se aporta información clara».
 - «Muestran la importancia de los procedimientos».
 - «Satisfacen sus necesidades de información sobre los procedimientos».

Para el primer enunciado, un 52% se presenta a favor de dicha afirmación. Sobre si se muestra la importancia de los procedimientos, un 62% de los encuestados está de acuerdo con el postulado. Y ante el tercero, se reduce el porcentaje de afirmación del postulado, quedando en un 45% los que afirman que «*Frecuentemente*» o «*Siempre*» se satisfacen las necesidades de información sobre tales procedimientos. En cuanto a los procedimientos administrativos o papeleo, la información que se da es clara, y se destaca su importancia; sin embargo, una gran parte de los empleados encuestados muestra que desean saber más sobre estos procedimientos, ya que la información dada no les satisface por completo.

Vemos como en este tipo de comunicación interna (ver tabla 3), los canales más empleados para transmitir las instrucciones son, en primer lugar, la conversación cara a cara (16); en segundo lugar, el Internet (14); y en tercer lugar, el teléfono (12). Por otro lado, entre los menos usados están en primer lugar, la conversación en cafetería o bar (0); en segundo lugar, las cartas (2); y en tercero, el tablón de anuncios (3).

4.2. Comunicación ascendente (de subordinados a jefes)

- * **Al expresar a los jefes mis aspiraciones en el Diario (Sección de la encuesta 70).**

- «Comunico mis aspiraciones sin reservas».
- «Destaco su importancia».
- «Afirmo mi satisfacción por expresarlas».

Tabla 3
Comunicación descendente y sus medios más utilizados

	Telef.	Cara a cara	SMS	Cartas	Tablón de anuncios	Boletines revistas	Internet	Reunión formal	Reunión informal	Conversación en café o bar	Otro
Nunca	2	2	4	19	17	16	6	2	4	29	16
Algunas veces	12	11	17	7	9	10	9	17	16	0	1
Frecuentemente	8	9	6	2	3	2	4	8	7	0	2
Siempre	6	7	2	0	0	1	10	2	2	0	0

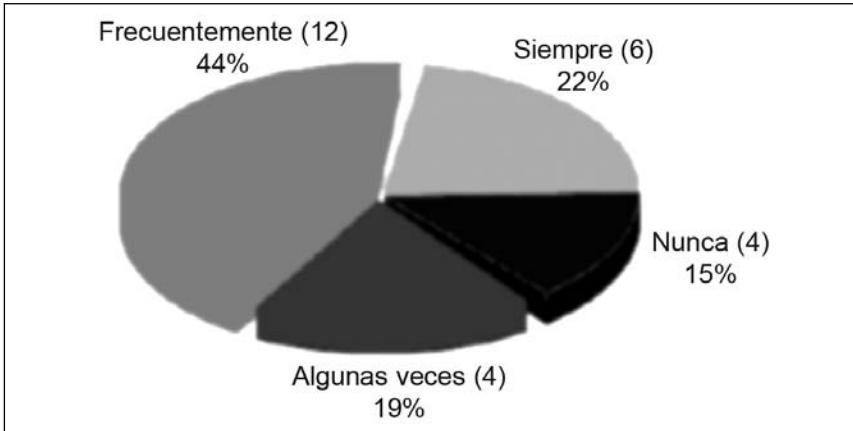
Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

Se trata de comunicación ascendente (de subordinados a jefes). En los 3 ítems anteriores la respuesta de los encuestados mostraba una tendencia positiva: cerca del 60% en todos los casos para las opciones «frecuentemente» y «siempre». Por tanto, poco más de la mitad está de acuerdo con las afirmaciones, y el resto representa una minoría sustanciosa que no presenta sus aspiraciones a sus jefes de una manera muy abierta.

En cuanto a la emisión de opiniones de los empleados hacia sus jefes sobre las políticas de la empresa (ver, Gráficos 1 y 2), se percibe que el empleado siente que sus opiniones son importantes para la organización y por tanto deben ser bien fundamentadas. Esto es evidencia de que sí existe la consideración hacia sus opiniones. Al consultar luego si están satisfechos los empleados con los canales que emplean para comunicarse con sus jefes, una mayoría de 56% afirma estarlo, el otro 44% está un poco disconforme.

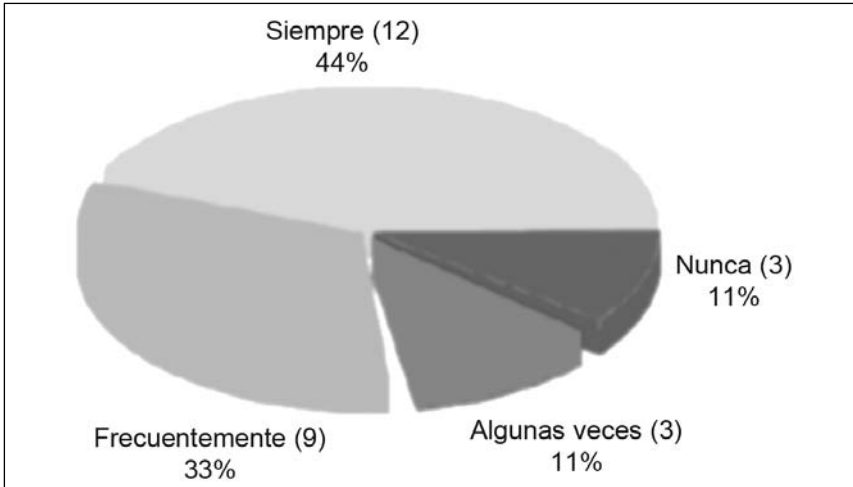
En el caso de la comunicación ascendente (ver Tabla 4), se nota que la información y opiniones se transmiten principalmente en conversaciones cara a cara; aún más que en el caso de comunicación descendente. El teléfono en cambio se usa en menor grado, y las reuniones formales tienen mayor peso a la hora expresar opiniones, seguido de los mensajes por Internet.

Gráfico 1
Emito una opinión fundamentada acerca de tales políticas



Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

Gráfico 2
Pienso que estas opiniones son importantes para el cumplimiento de los objetivos de la empresa



Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

Tabla 4
Comunicación ascendente y sus medios más utilizados

	Telef.	Cara a cara	SMS	Cartas	Internet formales	Reunión	Reunión informal	Conversación en café o bar	Otros
Nunca	11	1	12	20	6	7	8	25	18
Algunas veces	8	6	12	5	12	8	14	2	0
Frecuentemente	4	10	1	1	6	9	3	0	0
Siempre	4	10	3	1	3	3	2	0	0

Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

4.3. Comunicación horizontal (entre los empleados)

* **Cuando los empleados de igual posición intercambian información relativa a los equipos de trabajo (Sección de la encuesta 75).**

- **«Me proporcionan suficiente información sobre las tareas»:** en este ítem resalta un 75% a favor de la afirmación, indicando que existe una efectiva comunicación horizontal, por encima de las otras modalidades.
- **«Considero importante tal comunicación para una buena coordinación y el logro de los objetivos»:** Un 92% está a favor de la afirmación, con un 69% que «siempre» lo percibe de tal manera. Este ha sido uno de los puntos más destacados por parte de los empleados, lo que refleja cuánta importancia le otorgan a la comunicación horizontal.
- **«Estoy satisfecho con la información que recibo»:** logró un 58% de respuestas favorables, esto sugiere que aunque la gran mayoría está satisfecha con la información, aún queda una porción de empleados que no se considera totalmente satisfecha.

* **Comunicación Horizontal emocional (Sección de la encuesta 76).**

- **«Informo del apoyo emocional que mutuamente podemos compartir en el trabajo».**
- **«Opino que el apoyo emocional es importante para realizar mi trabajo».**

- **«Resulta satisfactorio el apoyo emocional que recibo de mis compañeros».**

Para estos 3 ítems acerca de la comunicación emocional, en los 2 primeros casi el 60% de los encuestados se muestra a favor con las opciones «Siempre» o «Frecuentemente»; y la opción «Nunca» alcanza muy poco porcentaje. En el tercer ítem cambia un poco la cosa: el 50% se muestra a favor, y la otra mitad no está de acuerdo en que el apoyo emocional de sus compañeros es satisfactorio, llegando hasta un 12% la opción «Nunca». Tal parece que es un punto que los trabajadores desearían que mejorase.

Tabla 5
Comunicación horizontal y sus medios más utilizados

	Telef.	Cara a cara	SMS	Cartas	Internet	Reunión formal	Reunión informal	Conversación en café o bar	Reunión social	Compañero de trabajo
Nunca	7	2	7	20	5	9	4	12	9	4
Algunas veces	13	6	13	3	11	8	9	5	9	12
Frecuentemente	2	7	2	0	4	5	10	5	5	6
Siempre	2	9	2	1	4	2	1	2	1	2

Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

La conversación cara a cara se mantiene como la principal manera de interactuar, en esta ocasión con el resto de los empleados. La diferencia más sustancial para esta modalidad de comunicación horizontal resulta ser que las reuniones informales cobran un alto grado de importancia, y pasan a ser la segunda forma preferida de compartir información, seguida por la Internet y «un compañero de trabajo», que también apareció como una opción resaltante.

4.4. Los elementos culturales

Este segmento ayuda a percibir la opinión de los empleados en torno a los valores que sustentan la gestión empresarial; los valores en que apoya su compromiso corporativo y los principios éticos que la sustentan; así como los recursos que utiliza la empresa para comunicarlos y la frecuencia de uso que hace de ellos. En cuanto a la capacidad de la empresa de informar los valores existentes entre los periodistas, los datos obtenidos nos muestra

como un 71% de los periodistas encuestados concuerda con que se les informa ampliamente sobre los principios de la empresa.

En lo que se refiere a la importancia de los valores que la rigen, un 67% se muestra positivo también. Lo que significa que los medios analizados hacen un esfuerzo considerable por resaltar sus valores, que resulta favorablemente percibido por el personal. Hay una tendencia hacia el 70% de los encuestados, que también opina que su empresa destaca la importancia de los valores para el cumplimiento de los objetivos del diario, y que ésta informa con amplitud sobre el tema. Además, en mayor proporción, un 83% de los empleados está de acuerdo con que tales valores son muy importantes para el trabajo.

Según la **tabla 6**, podemos ver cómo Internet y el tablón de anuncios se posicionan en primer y segundo lugar, respectivamente, al momento de usarse como canales para la divulgación de los valores de la empresa. Esto hace que se delinee un contexto de comunicación interna en el que se aplican canales tradicionales como aquellos generados ante los avances de las TIC, y su empleo en el ejercicio profesional de los periodistas dentro de cada medio de comunicación analizado.

* **Desempeño Laboral (Sección de la encuesta 87).**

- «Desearía que los jefes o directivos informaran del tema a los compañeros».
- «Considero importantes los reconocimientos para mi desempeño laboral».

Tabla 6
Uso de canales de comunicación aplicados en los medios de comunicación analizados

	Tablón de anuncios	Boletines y revistas	SMS	Cartas	Internet	Reunión formales	Reuniones informales	Curso de inducción	Superior inmediato
Nunca	3	5	12	11	3	2	12	9	4
Algunas veces	6	11	12	8	7	14	8	5	12
Frecuentemente	11	6	1	3	6	5	2	5	6
Siempre	3	1	3	1	7	2	1	4	1

Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

Ante el primer planteamiento que averigua si cuando los empleados reciben un reconocimiento personal del jefe inmediato o los directivos por el desempeño laboral, desearían que éstos informaran del tema a los compañeros como parte de las costumbres en el Diario; contrariamente a lo que se esperaría, los subordinados asignan una baja incidencia. Una mayoría el 66% estima que no es conveniente participarlo, mientras un 34% sí cree conveniente proporcionar dicha noticia. Ahora bien, el hecho de que no consideren necesario el informar al resto de personal de las distinciones, no resta trascendencia entre los subordinados a considerar como importantes a los reconocimientos para el desempeño laboral, asignando una alta frecuencia a ello, contentiva del 76% de los entrevistados que resaltan la significación, contrastando con el 24% que no comparte esa idea. Internet y las reuniones informales se muestran como los canales más empleados para transmitir estas informaciones.

* **Como integrantes del Diario y por lo tanto como las personas que construyen su historia (Sección de la encuesta 92).**

- «Estoy informado de la naturaleza y alcance del proyecto».
- «Considero importante mi contribución para la consolidación del diario».

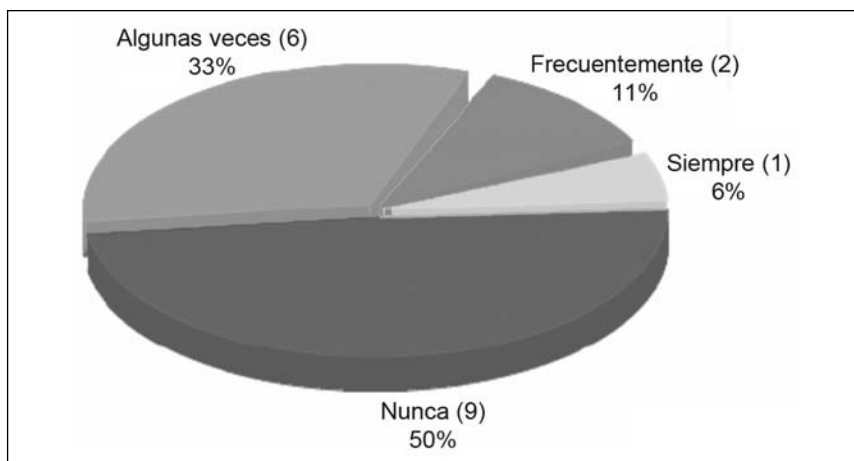
Para el primer planteamiento un gran porcentaje se muestra a favor (77%). Y para el segundo, aún más alto a favor (84%). Resultados sumamente positivos que muestran el sentido de compenetración del personal con la empresa, un aspecto bien forjado dentro de la cultura que promueve la organización.

* **Considera que los directivos del Diario (Sección de la encuesta 93).**

- «Les informan oportunamente sobre las decisiones que se toman».
- «Juzgan importantes los planteamientos de los empleados».
- «Crean el espacio adecuado para hablar de los temas profesionales».
- «Están dispuestos a escuchar los asuntos personales del empleado».

Aquí en estos tres ítems las opiniones se muestran con una tendencia mayormente favorable, de entre el 55% al 64%. Esta mayoría parece de acuerdo con la afirmación de que los directivos se comunican oportunamente con los empleados para las cuestiones importantes, que consideran al empleado a la hora de tomar decisiones, y que son bien dispuestos a prestar oído a sus empleados. No obstante, existe una minoría significativa, entre el 45% y el 36% que no parece estar de acuerdo con que la comunicación y atención de los directivos a los empleados sea del todo óptima.

Gráfico 3
Un lugar donde todos podemos entrar libremente



Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

Los datos mostrados en el gráfico 3, nos hace evidente que la inmensa mayoría, el 83%, piensa que no puede entrar con plena libertad a la oficina del director del Diario.

* **Considero al despacho u oficina del director del Diario (Sección de la encuesta 96).**

«Es una oportunidad que debo ganarme» enuncia el siguiente ítem. Aquí el 39% se muestra de acuerdo con tal afirmación, y un 61% en contra, que piensan que no se trata de una oportunidad que deben ganarse.

«Es un sitio restringido donde sólo entran los enchufados»: Un 72% niega esa afirmación, y tan sólo un 28% se muestra a favor.

«Entrar es un premio por mi desempeño»: Aquí un inmenso 78% se muestra en contra de la afirmación, y solamente el 23% a favor. Todos los resultados de esta sección apuntan a que si bien los empleados no ven que el ingreso a la oficina del director sea un privilegio totalmente libre, o un derecho de cierto personal preferido, tampoco lo ven como una recompensa por la labor que hacen. Al parecer la oficina del director es vista sencillamente como un sitio para entrar en situaciones especiales que lo requieran, más que un premio o algo por el estilo. Hay que tener en cuenta que también los empleados consideran que sus inquietudes son tomadas en cuenta por los directivos, como vimos en anteriores resultados, por lo que éstos no representan para el personal figuras inaccesibles. Para estos asuntos, las reuniones formales, seguidas del Internet, son los canales más empleados para informar novedades.

4.5. Comunicación Informal

- * ¿Cómo estima que es su comunicación informal con los distintos compañeros de trabajo? (Sección de la encuesta 100).
- «Con los compañeros con los que sólo mantengo relaciones de trabajo».
 - «Con los compañeros de trabajo con los que mantengo amistad».
 - «Con los compañeros de trabajo con los que comparto tiempo de ocio (amigos o no)».

Para el primer ítem de este apartado, un gran 88% afirma tener relaciones entre «buenas» y «excelentes» con sus colegas. Un 82% afirma que la relación con sus amigos en el trabajo también es entre «buena» y «excelente». Y para el tercer ítem sobre los compañeros de trabajo con quienes comparto tiempo de ocio sin ser amigos necesariamente, los encuestados indican otro 82% favorable a que dichas relaciones son entre «buenas» y «excelentes». Todo esto permite apreciar que a simple vista los empleados se sienten en armonía con sus compañeros de trabajo, ya que las respuestas que indican lo contrario son muy bajas.

4.6. Temas de Conversación

En esta parte de la encuesta resultan interesantes las respuestas de los empleados acerca de sus temas de conversación más recurrentes. Entre los que más hablan se hallan los temas referidos a la empresa en general, cómo marcha y sus problemas, con los porcentajes más altos para «*Algunas veces*», siempre por encima del 50%, y el resto entre «*Frecuentemente*» y «*Siempre*», 0% para «*Nunca*», lo que indica que algunas veces hablan más de la empresa que otras, pero nunca dejan de hablar de ella. El tema predilecto parece ser el trabajo realizado en el mismo día. En menor porcentaje se refieren en conversaciones a los compañeros de trabajo o a asuntos personales. Las conversaciones cara a cara, seguidas por la Internet, y luego los mensajes de texto (por primera vez ganan relevancia) son los canales predilectos para conversar con sus colegas, siempre por encima del 50% de preferencia. Las reuniones informales también ganan importancia con un 42% de respuestas favorables entre «*Frecuentemente*» y «*Siempre*»

* **¿En qué medida los comentarios/rumores repercuten en el desempeño laboral de los empleados? (Sección de la encuesta 103).**

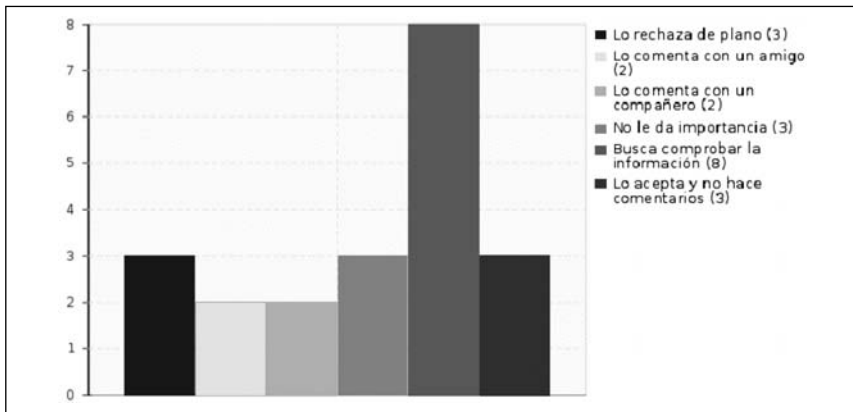
- «**Aportan información relevante sobre la empresa.**»
- «**Aportan información relevante sobre el trabajo.**»
- «**Aportan información relevante sobre los compañeros de trabajo.**»
- «**Enrarecen el ambiente de trabajo.**»
- «**Afectan negativamente las relaciones de trabajo.**»
- «**Distorsionan la calidad de las comunicaciones internas.**»

Este aspecto de las encuestas resulta de los más interesantes y muestra la visión de los empleados hacia la cultura del rumor/comentario y cómo inciden estos en su trabajo. Para los tres primeros ítems que evalúan si estos factores aportan información relevante sobre la empresa, el trabajo, o los compañeros laborales, una mayoría aplastante respondió con más del 80% entre las respuestas «*Nunca*» o sólo «*Algunas veces*», demostrando que consideran los rumores algo inútil la mayoría de las veces como fuente de informaciones relevantes.

Ahora bien, para el ítem número cuatro, y los siguientes, que evalúan los aspectos negativos de los rumores, el personal de los diarios se mostró en cierta parte negativo, o con rechazos hacia el rumor/comentario: 53% piensan que «Frecuentemente» o «Casi siempre» estos factores enrarecen el ambiente de trabajo; 38% opina que afectan negativamente las relaciones de trabajo, 24% apunta a que «Nunca» es así, y 41% sugiere que «Algunas veces» sí ocurre. Sobre si se distorsiona la calidad de las comunicaciones internas, un significativo 41% favorece tal opinión, otro 41% piensa que esto ocurre «A veces», y un 18% descarta que tal cosa ocurra. Estos resultados sugieren que existen opiniones encontradas acerca de si el rumor/comentario afecta negativamente las labores en la empresa; la mayoría está de acuerdo en que las «enrarece»; y aunque la mayoría también piensa que no afectan negativamente, no obstante, existe una sustanciosa minoría que piensa que estos factores si resultan negativos. Pero yendo un poco más allá: también se pidió a los empleados que valoraran sus propias actitudes ante un rumor o comentario (ver Gráfico 4):

Se observa que muchos toman actitudes distintas en cuanto a rechazarlos de plano, compartirlos, ignorarlos, o guardárselos. Pero la predomi-

Gráfico 4
Valore su propia actitud ante un rumor/comentario

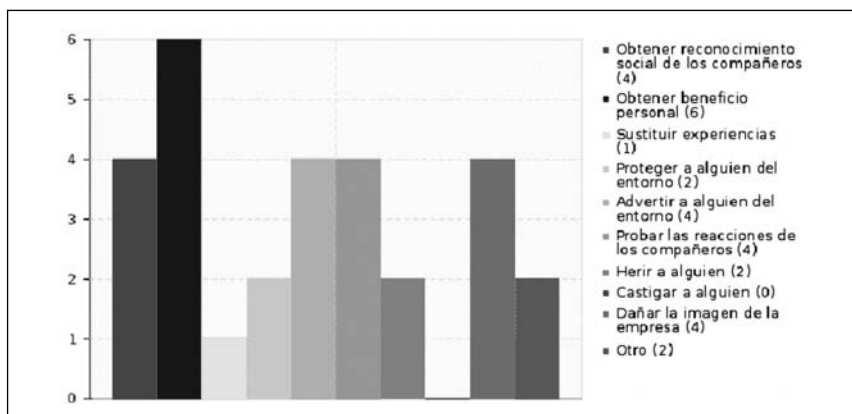


Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

nante por gran mayoría es aquella de «*Buscar comprobar la información*». Tal cosa sugiere que el rumor/comentario en efecto sí tiene importancia para los empleados, en primer lugar, al no resultarles indiferente, en su gran mayoría; no obstante, no lo aceptan de inmediato, no les parece confiable, ni una manera muy buena de obtener informaciones relevantes como vimos anteriormente. Lo que hacen ante un rumor es asegurar su validez mediante la confirmación por fuentes más confiables. Otro punto interesante sería saber qué piensan los empleados acerca del propósito con el que se difunden rumores o comentarios (ver Gráfico 5).

Aquí se muestra que los empleados piensan en muchas posibilidades en cuanto al motivo de los rumores/comentarios: entre castigar o advertir a alguien, probar reacciones de los compañeros, obtener reconocimiento personal, o dañar la imagen de la empresa. Ninguno sugiere que la intención sea la de castigar a alguien, y muy poco se piensa que sea para herir a otro. La gran mayoría converge en que los rumores/comentarios lo que buscan es esencialmente obtener beneficio personal para quien los difunde. La conversación cara a cara, las reuniones informales, y las conversaciones en cafetería o bar (ganando relevancia por primera vez), resultan los

Gráfico 5
Valore la intención de los empleados (en caso de que ocurra)
cuando difunden comentarios/rumores en el diario



Fuente: Elaborado por los autores, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta.

medios más empleados para difundir rumores, en ese mismo orden. Seguidamente, en menor medida se hallan el teléfono, el Internet y un compañero de trabajo.

4.7. Relaciones Informales

Al consultar sobre si están interesados en la repercusión que tienen las relaciones informales sobre su trabajo y sobre si consideran que resultan importantes para alcanzar un buen clima laboral, las respuestas fueron muy similares: en ambos casos, una minoría cercana al 30% apuntó a que «Frecuentemente» o «Casi siempre» les interesa la repercusión o la consideran importante en el clima laboral, y muy cerca del 70% de las opiniones sugieren que sólo «Algunas veces» o «Nunca» resultan importantes las relaciones informales.

Ahora bien, al consultarles sobre en qué medida están interesados los empleados en las comunicaciones y relaciones informales; el 75% afirma que procura estar al tanto de lo que pasa (sin nadie que afirme lo contrario). Un 56% se muestra favorable a destacar la importancia que tienen las relaciones informales para la buena marcha laboral (sin nadie que se posicione en «Nunca»). Y finalmente un 50% estiman tales factores fundamentales para su desempeño (también sin nadie que exprese la opinión «Nunca»).

5. CONSIDERACIONES FINALES

Una vez cumplido el proceso de extraer los resultados de la investigación y analizar cada punto esencial procedemos ahora exponer un conjunto de reflexiones finales que constituyen el cuerpo conclusivo y que reseñamos en dos apartados atendiendo a las categorías que alimentaron nuestra investigación, guardando una correspondencia con nuestras conclusiones teóricas preliminares (Moret y Arcila, 2011) y los objetivos e interrogantes planteados.



Sobre la comunicación interna

- Hay una gran correspondencia entre lo que se ha referenciado teóricamente y lo que constituyen las líneas maestras de la política comunicativa de la organización, las funciones y los objetivos de la comunicación interna asumidos por la organización con los planteamientos conclusivos teóricos. Esto implica que el diseño formal de la comunicación interna está en concordancia con su práctica, tal como se evidencia en el componente empírico. El estudio empírico corrobora que la comunicación interna constituye un recurso estratégico de gestión para la empresa y que constituye uno de sus rasgos culturales.
- Se confirma la correspondencia entre los planteamientos expresados por los directivos con los del personal en cuanto al uso de los recursos en que se apoya la comunicación interna.
- La comunicación interna descansa en cuatro grandes aspectos: las dimensiones de conversar (correspondencia con las conversaciones cara a cara); el sistema de reuniones (las reuniones formales); los recursos mediados (Internet) y los recursos informales (las reuniones informales y las conversaciones en la cafetería o bar). Esto indica que la comunicación interna posee un alto componente oral e interpersonal.
- Se confirma que la comunicación interna guarda correspondencia con el sistema cultural, es un importante mecanismo para compartir mensajes sobre los aspectos culturales entre los miembros de la organización, favorecer las relaciones interpersonales y darles cohesión.
- Se confirma el papel de la comunicación ascendente como recurso potenciador de la participación en la organización. El estudio empírico muestra la conveniencia de propiciar un mayor clima de confianza en el tratamiento personal que cada superior haga de los planteamientos de los empleados.
- El papel que los directivos y los empleados dan a los recursos de comunicación informal en su estrategia comunicativa confirma una de las preguntas de la investigación relativas a la existencia de una correspondencia entre los recursos de comunicación interna formales con los informales.

Sobre la cultura en la organización

- Los datos empíricos confirman que la cultura es aprendida por los miembros de la organización. Igualmente que el conjunto de elementos culturales considerados se corresponden a la realidad abordada. Cualquier empresa está dotada de un sistema de creencias y artefactos culturales que la hacen única, reconocible y diferente a las de su sector y a las del resto de las organizaciones.
- La realidad formal dibujada por los directivos guarda una alta correspondencia con la percepción que sobre los aspectos culturales tienen los trabajadores.
- Podemos señalar que en la transmisión de la cultura en las organizaciones, objeto de estudio, no se da mucho peso a la oralidad en cuanto a la difusión de los valores de las empresas, y que son preferibles canales alternativos como tableros de anuncios o Internet. Es muy significativo que se haga mucho más énfasis en este tipo de medios no tan personales y que exista la confianza en los mismos, ya que muestra a la empresa y sus valores como un ente poco ligado a una sola voz; más bien como cuestiones siempre presentes.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALONSO, Catalina M.; GALLEGO, Domingo J.; ONGALLO, Carlos y ALONSO, José M.

(2004) *Psicología social y de las organizaciones. Desarrollo institucional*. Editorial Dykinson, Madrid.

GARCÍA G., Jesús

(1998) *La comunicación interna*. Ediciones Díaz de Santos, Madrid.

GOLDHABER, Gerald M.

(1977) *Comunicación organizacional*. Logos Consorcio Editorial, México.

KREPS, Gary L.

(1995) *La comunicación en las organizaciones*. Addison Wesley Iberoamericana, Wilmington.

LA PORRE, José M.

(2001) «Entusiasmar a la propia institución. Gestión y comunicación interna en las organizaciones sin ánimo de lucro», Ediciones Internacionales Universitarias (Eiunsa), Madrid.

LA PORTE, J.M.

(2001) *Entusiasmar a la propia institución. Gestión y comunicación interna en las organizaciones sin ánimo de lucro*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias (Eiunsa).

MORET, J. y ARCILA, C.

(2011) *Comunicación Interna e Informal en las Organizaciones*.

MORET, J. y ARCILA, C.

(2009) *Comunicación interna y cultura en las organizaciones: Caso Grupo Fisa (España)*. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «Disertaciones»*, 2 (2), Artículo 5.

RESTREPO, M. y RUBIO, J.

(1992) *Intervenir en la organización*. Bogotá: Significantes de Papel Ediciones.

SOMMER, B. y SOMMER, S.

(2001) *La investigación del comportamiento. Una guía práctica con técnicas y herramientas*. México: Oxford University Press.



Género y Sexualidad

Gender and Sexuality

GISELA KOZAK ROVERO (Venezuela)

Doctora en Letras (2002) y Magíster Scientiarum en Literatura Latinoamericana (1992) por la Universidad Simón Bolívar (USB). Licenciada en Letras (1986) por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesora Titular y docente de la Escuela de Letras, Maestría en Estudios Literarios y Maestría en Gestión y Políticas Culturales por la Universidad Central de Venezuela. Jefe (interina) del Departamento de Teoría de la Literatura (2005-2006). Coordinadora de la Maestría en Estudios Literarios (2000-2006). Actualmente investiga sobre Políticas culturales y revolución bolivariana. Libros publicados *Rebelión en el Caribe Hispánico. Urbes e historias más allá de boom y la post-modernidad* (ensayo) (Caracas, Ediciones La Casa de Bello, 1993); *La catástrofe imaginaria* (ensayo) (Caracas, Planeta-Celarg, 1998) *Pecados de la capital y otras historias* (cuentos) (Caracas: Monte Ávila editores, 2005); *Latidos de Caracas* (novela) (Caracas: Alfaguara, 2006); *Venezuela, el país que siempre nace* (Caracas: Alfa, 2007); *En rojo (narración coral)* (Caracas: Alfa, 2011). Posee artículos en diversas publicaciones nacionales e internacionales (Estudios; Hispamérica; Revista Iberoamericana, Pittsburg; Iberoamericana, Hamburgo; Revista de Crítica Literaria Latinoamericana) y textos narrativos y ensayísticos en revistas, periódicos y en antologías. Es articulista del diario *Tal Cual*. Tiene una novela y dos libros de ensayos pendientes de publicación. En prensa: *En rojo* (cuentos).

Correo electrónico:
gisela.kozak@gmail.com
Teléfono: +58 424 2174569



Estudio de las representaciones del sujeto mujer lesbiana

*Study of the representations
of the subject lesbian woman*

Recibido: 01 03/ 2011
Aceptado: 22/ 04/ 2011

© De conformidad por su autores para su publicación. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de los autores. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° de Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

RESUMEN

GISELA KOZAK ROVERO

Estudio de las representaciones del sujeto mujer lesbiana

El objetivo de este trabajo es establecer algunas líneas de orientación y debate respecto al sujeto mujer lesbiana en tanto objeto de estudio. Para este fin: 1. Se indagará en las diversas posiciones dentro del feminismo respecto a nociones como “mujer” y “lesbiana”. 2. A partir de esta indagación se ofrecerá un punto de partida provisional respecto al sujeto “mujer lesbiana”. 3. Se planteará el surgimiento, funcionamiento y consecuencias políticas de la representación del sujeto mujer lesbiana como categoría de identidad de carácter contingente y como objeto de estudio.

Descriptor: Identidad / Mujer lesbiana / Política / Sujeto / Representaciones.

ABSTRACT

GISELA KOZAK ROVERO

Study of the representations of the subject lesbian woman

The objective of this work is to establish some directional traverses and debates as much with respect to the subject lesbian woman in study object. For this aim: 1. One will investigate in the diverse positions within the feminism with respect to slight knowledge like “woman” and “lesbian”. 2. From this investigation a provisional point with respect to the subject “lesbian woman” will be offered to begin with. 3. One will consider the sprouting, operation and political consequences of the representation of the subject lesbian woman as category of identity of contingent character and as study object.

Keywords: Subject/ Identity / Political / Lesbian Woman / Representations.

RÉSUMÉ

GISELA KOZAK ROVERO

Étude des représentations de la femme lesbienne en tant que sujet

Le but de ce travail est d'établir certaines lignes d'orientation et de débat sur la femme lesbienne en tant que sujet et objet d'étude. À cette fin: 1. Explorera les différentes positions au sein du féminisme à propos des notions telles que : «femmes» et «lesbienne». 2. A partir de cette exploration, on offrira un point de départ provisoire en ce qui a trait au sujet « femme-lesbienne ». 3. On présentera l'émergence, le fonctionnement et les conséquences politiques de la représentation du sujet femme-lesbienne comme catégorie d'identité de caractère contingente et comme objet d'étude.

Mots-clés: Identité / Femme lesbienne / Politique / Sujet / Représentations.

RESUMO

GISELA KOZAK ROVERO

Estudo das representações lésbicas

O objetivo deste trabalho é estabelecer linhas de orientação e debate sobre o assunto das lésbicas como objeto de estudo. Para este fim: 1. Vai se explorar as várias posições dentro do feminismo sobre noções como “mulher” e “lésbica”. 2. A partir deste inquérito será oferecido um ponto de partida provisória sobre o assunto “mulher lésbica”. 3. Será estabelecido o surgimento, função e as conseqüências políticas da representação das lésbicas como uma categoria de identidade e carater contingente e como objeto de estudo.

Palavras chaves: Identidade / Mulher lésbica / Política / Representações.

I. ¿SE ESTUDIA LA MUJER LESBIANA?

Sí, la mujer lesbiana se estudia puesto que existen publicaciones, congresos y hasta departamentos universitarios que se ocupan del tema. Ahora bien, pensar



en el estudio de las representaciones del sujeto mujer lesbiana supone que un género y una sexualidad específicas puede convertirse en objeto de conocimiento. Tal conocimiento requiere de un marco teórico-metodológico adecuado que responda a las características particulares del *corpus* a estudiar: literatura, historias de vida, artes visuales, medios de comunicación, espectáculos, cine, televisión y, por supuesto, las representaciones provenientes de los discursos disciplinarios como historia, economía, psiquiatría, psicología, antropología, sociología, politología. En otras palabras, podemos estudiar la representación de la mujer lesbiana en una novela o en una serie televisiva estadounidense como *Mundo Lésbico*, pero también es posible analizar las distintas visiones del sujeto mujer lesbiana en campos, por ejemplo, como el de la psicología y la siquiatria, disciplinas que comenzaron descalificando la sexualidad lésbica por patológica e infantil pero que han cambiado, en parte, de orientación.

Visto así, el abordaje tiene que ser multidisciplinario pues la literatura, por poner un caso, requiere de un instrumental teórico refinado para analizarla en profundidad y lo mismo funciona para el cine o las artes visuales. Pero, además, la perspectiva teórica, el conjunto de nociones que servirán de punto de partida para el estudio (sexo, género, sexualidad, clase, etnia, ideología, política, patriarcado) se alimentan de y atraviesan las ciencias sociales, la medicina, la psicología, la crítica de la cultura y los estudios de género en las distintas articulaciones ofrecidas por la práctica y la teoría feminista. Se trata pues de teorizaciones de carácter transdisciplinario. Estas articulaciones diversas del feminismo pueden ser de orientación sicoanalítica, marxista, semiótica o post-estructuralista al estilo de Judith Butler, exponente de una línea de pensamiento emparentada con el pensamiento de Jacques Derrida y de Michel Foucault. Otras alianzas posibles son las establecidas con la *Teoría «Queer» estadounidense*, los Estudios de gays y de lesbianas, los Estudios Subalternos en la línea de Gayatrik Spivak, la Crítica Cultural latinoamericana (Nelly Richard, Beatriz Sarlo)

y los Estudios Culturales, básicamente en la línea adelantada por la escuela inglesa de Birmingham, Inglaterra. La orientación liberadora de estos estudios es evidente pues se trata de visibilizar a la mujer lesbiana como sujeto político y entender la connatural multiplicidad de sus expresiones como tal.

Este panorama se ve alentador y ordenado, pero no pasa de una descripción que no trasluce el problema fundamental al momento de plantearse el estudio de las representaciones de la mujer lesbiana. Probablemente una propuesta de estudio debería aspirar a tan clara definición de sus bases y metas, pero en nuestro caso nos encontramos con que el sujeto mujer lesbiana no es una categoría admitida sin inconvenientes, pues las nociones de «mujer», «lesbiana», «representación», «sujeto» e «identidad», por no hablar de la de «conocimiento», son campo de polémica y discusiones interminables, no solo dentro de la academia sino fuera de ella, en la arena política pública. Las diferencias económicas, sociales, culturales, étnicas y políticas existentes entre mujeres que se reconocen a sí mismas como lesbianas responden a la extrema dificultad de pensarlas en términos de una categoría universal, dada por una orientación sexual que las constituye como sujeto unitario frente al patriarcado.

El objetivo de este trabajo es establecer algunas líneas de orientación y debate respecto al sujeto mujer lesbiana en tanto objeto de estudio. Para este fin:

1. Se indagará en las diversas posiciones dentro del feminismo respecto a nociones como «mujer» y «lesbiana».
2. A partir de esta indagación se ofrecerá un punto de partida provisional respecto al sujeto «mujer lesbiana».
3. Se plateará el surgimiento, funcionamiento y consecuencias políticas de la representación del sujeto mujer lesbiana como categoría de identidad de carácter contingente y como objeto de estudio.

II. ¿EXISTE UN OBJETO DE ESTUDIO LLAMADO MUJER LESBIANA?

No es posible hablar de la mujer lesbiana como sujeto unitario y transcultural igual en todas las culturas, tiempos, sociedades y situaciones. Co-



mo indica el siempre citado **Michel Foucault** en *Historia de la sexualidad* la emergencia del homosexual como sujeto cuya sexualidad condiciona su estar en el mundo desde el punto de vista síquico, social y cultural es una creación del discurso médico del siglo XIX (Foucault, 1998); antes de esta inflexión existían actos homosexuales, no homosexuales como sujetos unitarios definidos, repito, por sus actos íntimos. El emperador Julio César no era un «afeminado» a pesar de practicar sexo con hombres; Oscar Wilde sí.

¿A qué me refiero entonces con sujeto mujer lesbiana? Para Derrida, Butler y Foucault es imposible escapar de la representación pues es el campo de poder que, según estos influyentes pensadores postestructuralistas, conforma las subjetividades y los sujetos políticos. Visto así, cuando hablamos de mujer lesbiana estamos hablando de un sujeto cuyo conjunto de posiciones posee unidad relativa y contingente; estamos hablando, finalmente, de un sujeto del feminismo y activismo lésbico, creados, según Judit Butler (1999), por el mismo sistema político-jurídico y la misma economía sexual que se quiere cambiar. En otras palabras, cuando analizamos la representación de la lesbiana en una novela, por ejemplo, la imagen que analizamos no es la «verdad» revelada sobre la mujer lesbiana sino una de las posibles maneras de construir el sujeto mujer lesbiana dentro de las relaciones de poder existentes, las cuales condicionan la aprehensión del otro en términos de sus actos sexuales.

¿Sería más adecuado referirnos entonces a representaciones múltiples del sujeto «mujer lesbiana»? Podría tratarse de la mujer lesbiana negra estadounidense o brasileña, pobres o tal vez diputadas; de la lesbiana feminista blanca profesora universitaria, como me llamó una lesbiana indígena boliviana y pobre en un encuentro internacional. Caben las lesbianas profesionales mexicanas que ocultan su sexualidad o las indígenas ecuatorianas que también deben hacerlo pero en condiciones distintas. ¿Y las dominicanas que tienen aventuras sexuales ocasionales o las venezolanas que estuvieron casadas y tienen hijos? Pero además, ¿por qué insistir en



«mujer lesbiana» y no simplemente en la palabra «lesbiana» que se supone implica en sí misma la categoría mujer?

Es posible conformarse con la evidente y provisoria definición de que una mujer lesbiana es un ser que posee pechos, además de vagina y matriz de nacimiento, se contempla a sí misma como de género femenino y se relaciona desde el punto de vista sexual y amoroso con otras mujeres. Finalmente, esta situación y las desventajas que le son inherentes nos han llevado al feminismo y al activismo feminista-lésbico. ¿Además, no es el género el que nos hace inteligibles (Butler 1999) y por lo tanto podemos asumirlo esencialmente desde un punto de vista estratégico con fines políticos y teóricos concretos? ¿Qué dice la teoría feminista al respecto?

La segunda ola del feminismo en los años setenta retó a lo que Sheila Jeffreys en (1996) describe como la definición sexológica del lesbianismo y amplió su significación hasta la constitución de un sujeto político feminista volcado hacia los vínculos y sororidades femeninos. En esta orientación tenemos los planteamientos de Adrienne Rich en su ensayo «Heterosexualidad obligatoria y existencia lesbiana» (2000) y su propuesta del continuo lésbico en tanto la restauración del vínculo pre-simbólico (anterior al lenguaje) con la madre que nos lleva a reconocernos indefectiblemente unidas a las otras mujeres, sin caer en las trampas de la «heterosexualidad compulsiva» como marco regulatorio que define lo femenino en función de las institucionalidad heterosexual. Encontramos también a Monique Wittig (1977) y su texto sobre un cuerpo lesbiano fuera de las exigencias del modelo estético y reproductivo patriarcal. Este desmontaje ideológico y conceptual del patriarcado en términos de un sistema productor de opresión asentado no sólo en la institucionalidad y los comportamientos sociales sino en la racionalidad científico-técnica, en la heterosexualidad obligatoria y en el lenguaje mismo, ubica al lesbianismo como una «existencia» que trasciende el ejercicio concreto de la sexualidad y se convierte en una consumada forma de resistencia. Esta definición del lesbianismo deja la categoría «mujer lesbiana» sin operatividad política puesto que subsume lesbianismo a feminismo y sabemos que entre las organizaciones feministas y las lésbicas en todo el mundo ha habido no pocas tensiones y desencuentros. La sexualidad entonces tiene su papel entendida desde luego no sólo como un conjunto de prácticas de carácter corporal sino como una

manifestación de la fuerza modeladora del género como medio de hacernos inteligibles en y para el mundo (Butler, 1999).

La tercera ola del feminismo, con Judit Butler a la cabeza y su libro fundador *El género en disputa*, deconstruye la categoría mujer lesbiana. Como ya indiqué, el sujeto mujer lesbiana comporta una doble dificultad porque implica dos categorías universalmente definidas por sus posiciones frente a un patriarcado también universal. Gayatrik Spivak (1987) coincide con Judit Butler en que la comprensión del patriarcado debe entender la manifiesta pluralidad de sus manifestaciones, desde el punto de vista de las culturas y las múltiples posiciones de sujeto definidas por la clase, la raza, la nación, el género y la sexualidad que escapan a la exigencia política de un sujeto unitario como punto de vista para la organización y el cambio social. Cualquier definición de la mujer y la lesbiana peca pues de esencialismo al opacar la inevitable historicidad de categorías de identidad que no se despliegan desde el propio devenir de los sujetos políticamente definidos sino desde las relaciones de poder que lo oprimen de diversas maneras. Se es leído, interpretado, entendido, clasificado y tratado como mujer, como mujer lesbiana, como lesbiana no mujer y la carga identitaria que esto significa puede ser el punto de la acción política pero también su límite pues conduce, como indica Butler (1999), a las inevitables fragmentaciones y rupturas dentro del feminismo y del activismo lésbico dada la imposibilidad, repito, de un sujeto universal denominado mujer lesbiana. «Cuando el falo es lesbiano, es y no es una figura masculinista de poder; el significante está significativamente escindido, porque recuerda y desplaza el masculinismo que lo impulsa», indica Butler en *Cuerpos que importan* (2002:140). La identidad sólo puede ser contingente, un momento político de alianza porque ni los actos sexuales entre mujeres vistos desde esta perspectiva de desplazamiento, parodia y travestimiento del poder masculinistas pueden considerarse como prácticas anteriores y exteriores a la lógica significativa patriarcal sino más bien como prácticas deconstructivas que asumen la naturaleza histórica y contingente del patriarcado poniendo al desnudo esta contingencia con su simulación.

¿Es imposible entonces pensar en la mujer lesbiana como sujeto político y sujeto teórico y, por tanto, como noción estudiable en su contingencia histórica? Examinemos las ideas de Rosi Braidotti que desde una perspectiva

antiesencialista y no unitaria del sujeto mujer asume la diferencia sexual como elemento no exclusivamente discursivo y rescata la noción de cuerpo de un modo distinto al feminismo de la diferencia (Braidotti, 2004). A diferencia de Butler, el género para Braidotti no subsume al sexo. Según esta autora la noción de género ha devenido en un postulado que propone que la feminidad y la masculinidad son simétricas en el sentido de ser una condición histórico-cultural desligada de la biología, olvidándose la asimetría de los sexos en cuanto a relaciones de poder y de la diferencia sexual como inevitable desde la perspectiva del lenguaje y el inconsciente. Para el patriarcado una mujer para ser mujer debe ser madre y someterse a un ordenamiento en el que su entrada en el mundo de lo simbólico (en el lenguaje) se produce por la aceptación de su falta esencial como ser sin falo y por la negación de la madre, es decir, de sí misma en tanto semejante a ésta. Me interesa destacar que la autora piensa que las consecuencias de tal diferencia en su expresión patriarcal son rebatibles y sobre todo, me interesa su rescate del cuerpo tal como se plantea en «Sujetos nómades. Corporización y diferencia sexual en la teoría feminista contemporánea»: «(...) *ni como una categoría biológica ni como una categoría sociológica, sino más bien como un punto de superposición entre lo físico, lo simbólico y lo sociológico*» (Braidotti 2000: 29-30).

III. REPRESENTACIÓN DEL SUJETO MUJER LESBIANA

Asumo la posibilidad de entender la representación del sujeto mujer lesbiana visto éste como signo que puede ser estudiado desde la perspectiva de su productividad semiótica, desde las significaciones y re-significaciones que nos permite el lenguaje (Butler,1999); Prada Oropeza, 1999). Sin duda alguna la «mujer lesbiana» no es un sujeto universal ni trans-histórico y hay que definirlo de acuerdo a tiempo y espacios concretos, pero lo que sí sabemos es que la opresión patriarcal ha conformado sujetos cuya existencia está marcada por discriminaciones políticas, sociales, económicas y culturales que ponen en peligro hasta la integridad personal. Por lo tanto, en las múltiples significaciones que la noción mujer acompañada del adjetivo lesbiana ha asumido en la historia de su devenir encontramos la posibilidad del estudio de su representación.

Defino mujer en este contexto como el sujeto político del feminismo entendido como un movimiento orientado a la transformación de la socie-

dad patriarcal, dentro de la cual el sujeto mujer está en condición de desventaja económica, política, social y cultural. Dada esta circunstancia, es vital para la feminista lesbiana apropiarse de la categoría mujer, sujeto construido desde la opresión, para sus propios fines. La lesbiana sería un sujeto mujer cuya sexualidad y afectividad entran en tensión con la heteronormatividad patriarcal a consecuencia de lo cual sufre un doble sometimiento. Esta opresión significa que un sujeto mujer lesbiana puede sufrir consecuencias por serlo en contextos culturales e históricos distintos y que tal situación plantea una posibilidad de lucha mundializada, una forma de universalidad contingente desde el deseo de justicia, igualdad y libertad definidas con amplitud pues sin duda hay desacuerdos al respecto. La búsqueda de una noción de universalidad alternativa a la racionalidad científico-técnica pasa por estas alianzas, tal como plantea la propia Judit Butler en la conocida polémica con Ernesto Laclau y Slavoj Žižek publicada bajo el nombre de *Hegemonía, contingencia y universalidad*.

Esta concepción del sujeto mujer lesbiana atiende al sexo biológico desde la perspectiva ya dicha de Braidotti, al género entendido como las relaciones de poder que conforman el horizonte de definición de lo deseable femenino (Butler, 1999) y la sexualidad como actos que implican al cuerpo desde relaciones de poder simbólica y sociológicamente definidas (Butler, 1999). Sexo/género/sexualidad/exclusión heteronormativa conforman el horizonte de esta noción de sujeto mujer lesbiana como punto de partida para su estudio.



Si el sujeto es una construcción que atiende a las relaciones de poder, ¿dónde emerge la representación en cuanto vía de conocimiento de este sujeto y condición para su existencia misma? ¿Dónde en nuestro caso emergen las representaciones del sujeto mujer lesbiana? Si la representación funciona como «guión», como vía de contacto con el sujeto, como visibilización del mismo en el contexto de relaciones de poder, como sistema productor de sujetos (Butler, 1999), cada mujer lesbiana hace suya una particular visión sociocultural sobre el

afloramiento del interés por otras mujeres y desde allí se plantea diversas formas de existencia en el mundo desde esta perspectiva, lo cual implica una amplia gama de conductas y visiones ligadas a las relaciones sexo-afectivas entre mujeres.

El sujeto mujer lesbiana interpela diversamente a las individualidades desde la perspectiva de sus subjetividades y de sus múltiples configuraciones socioculturales. Por esta razón hay tantas representaciones de lo que convencionalmente puede conocerse como los actos entre mujeres que pueden ser interpretados como sexuales y desviados de la norma. La representación atiende a su carácter cultural y es definible como la construcción de sujetos en acción solo inteligibles desde el punto de vista histórico y cultural. Lo que determina el sentido que puede tener una representación de la mujer lesbiana no depende entonces de su relación con «estados de cosas» en un mundo real o posible, sino de su relación con la esfera de las representaciones mentales que poseemos como seres de sociedad y cultura (Prada Oropeza, 1999: 83).

Ahora bien, hablar de representaciones desde este punto de vista de la mujer lesbiana implica una amplia gama de posibilidades. El *corpus* posible podrían constituirse desde:

- a) Representaciones estéticas de tema lésbico que responden a formas de leer, escribir y construir un sujeto reconocido como lésbico desde una autoría construida también como lésbica: *En breve Cárcel*, de Silvy Molloy, por ejemplo, o los textos de carácter testimonial, las memorias y las autobiografías. Seleccionar este tipo de representación implica aceptar (o no) que las contingencias biográficas históricas y culturales de una autora lesbiana podrían convertirse en exploraciones productivas de las que emerjan significados nuevos alrededor y dentro de esa categoría llamada «mujer lesbiana». Hablo aquí, pues, de la productividad discursiva y política de asumir la posibilidad de la (auto)representación pero sin ingenuidades respecto a que este tipo de representación está avalada en su «verdad» por la experiencia.
- b) Otra posibilidad la tenemos en constituir como *corpus* las fascinantes discusiones sobre la posibilidad de una crítica, lectura y escritura

ra lésbica, tan importantes en los años setenta y deudoras de éstas. Por ejemplo, las propuestas de escritura libertaria de Helene Cixous o Luce Irigaray con sus correspondientes recusaciones son representaciones de sujetos femeninos con características específicas ¿Responderá *El cuerpo lesbiano*, de Monique Wittig, a estas propuestas? ¿Se puede escribir, pensar, leer y analizar desde el cuerpo lesbiano o se estará incurriendo en el esencialismo propio del feminismo de la diferencia? Aunque pareciera «pasado de moda», este debate es productivo porque abre posibilidades de creación.

- c) Los debates sobre la corrección política relacionados con las múltiples representaciones de prácticas identificadas con el lesbianismo. Aquí caben libros como *Bilitis*, de Pierre Louys, el discurso pornográfico en sus diversas manifestaciones, la extensa parafernalia estereotipada de la industria cultural, y los textos de divulgación científica. ¿Puede plantearse que las representaciones del sujeto mujer lesbiana son «buenas», «malas», «distorsionantes»? ¿Cuál instancia garantiza la «veracidad», que no la verosimilitud, del texto? ¿El lesbianismo de su autora o la «fidelidad» del autor o autora no lésbica a la realidad? ¿Por qué mantenemos con los productos culturales una visión que recuerda a la mimesis planteada por Aristóteles en la *Poética* como imitación de las acciones humanas vistas como «naturaleza» cuando estamos en plena era posestructuralista y no deberían abordarse desde la perspectiva de su «acuerdo» con la realidad? (Derrida, 1989) ¿Es la experiencia la que sustenta un texto como lésbico? ¿La experiencia corporal? ¿Acaso ésta no está constituida desde la cultura y se hace inteligible por ella? (Scott, 1999).
- d) Por último, la representación en los discursos de las disciplinas: psiquiatría, psicología, psicoanálisis, historia, antropología, economía, politología, filosofía, etc.

IV. ESTUDIO MULTI Y TRANSDISCIPLINARIO

El estudio necesariamente tiene entonces que ser multidisciplinario (crítica de arte y literatura, análisis de la comunicación, psicoanálisis, sicología,

psiquiatría, derecho, politología, filosofía, estudios de la mujer, historia, antropología, medicina) pues requiere de niveles de especialización y análisis que responden a la formación rigurosa en estas áreas, pero la perspectiva teórica que sustente tales estudios tiene que ser transdisciplinaria. El feminismo ha corregido y replanteado todos los ámbitos académicos y se ha convertido en un fuerte discurso emergente que se ha hecho presente en instancias de poder estatal, económico, político, educativo y social con todos los inconvenientes y problemas reconocidos. Dada esta situación, el objeto de estudio sujeto mujer lesbiana se construye en la intersección de las disciplinas que trabajan con la síque, la reflexión sobre la sociedad, la socialización y el cambio social, el quehacer humano en su contingencia, la reflexión sobre el sujeto político, la situación de la mujer en el orden patriarcal, el estudio del cuerpo y el derecho como ordenamiento colectivo.

V. REPRESENTACIÓN Y POLÍTICA

La representación es capaz de transformar los significados y eso tiene efecto político. Todo lenguaje (artístico, ficcional, poético, teórico) modifica y produce signos cuya lectura es un acto también de creación y transformación. Por lo tanto, el estudio de las representaciones y el estímulo a su emergencia y posibilidad contribuye a varios objetivos políticos fundamentales:

- a) Visibilizar el conjunto de prácticas sociales diversas y divergentes (sexuales, políticas, culturales) que posibilitan la lectura, la reflexión y la escritura desde y para la categoría mujer lesbiana.
- b) Propiciar a través de la reflexión política, teórica y cultural la proliferación de escrituras, teorías y discursos que tengan como protagonista las prácticas asociadas con la palabra lesbianismo.
- c) Continuar en la construcción del canon lesbiano en las distintas áreas de la actividad colectiva (estética, política, historia, ciencia, etc.).
- d) Seguir luchando contra la existencia de la dicotomía academia-activismo. Sin el estudio, representación y reconocimiento de las múltiples prácticas sociales asociadas al lesbianismo, el activismo, el quehacer político partidista y las organizaciones de carácterlésbi-

co que trabajan con derechos humanos, educación y asesoría pierden el horizonte del sujeto político cuya situación social quieren cambiar. Existen lesbianas indígenas marxistas y anticapitalistas pero también cristinas y socialdemócratas. Existen lesbianas «mestizas» o «blancas» marxistas, socialdemócratas, liberales cuya orientación sexual enlaza de modo contingente con divergentes posiciones político-ideológicos. Hay que estudiar todas estas prácticas y modos de estar en el mundo.

- e) El reconocimiento de que la amplia constelación de deseos y aspiraciones que se esconden detrás de palabras de amplia y distinta significación política como igualdad, libertad, derechos, pareja, sexualidad, ética, moral, cultural, activismo, clase, raza, género, teoría, práctica, democracia, capitalismo, socialismo forman parte del ejercicio mismo de la democracia, no solo como sistema político concreto sino como pasión y deseo.

Termino con una cita de **Beatriz Gimeno** en «El armario como coartada» (2008: 1):

«La visibilidad no es únicamente el deseo de ser vista o reconocida; visibilidad significa existencia. Lo que no es visible no existe y lo que no existe queda fuera del ámbito de la ciudadanía reconocida. La ciudadanía es el ámbito político ocupado al principio únicamente por varones blancos, heterosexuales, de clase media, etc. Después, tras largas luchas, se van incorporando mujeres blancas, heterosexuales y de clase media; poco a poco se van incorporando algunos gays. Nosotras seguimos fuera. La discriminación que gays y lesbianas hemos sufrido, y en parte sufrimos, tiene su origen precisamente en la exclusión de la existencia pública, en la invisibilización, en la negación de nuestro lugar bajo el sol. El rechazo de estas existencias, significa el rechazo de la existencia legítima y pública de los sujetos homosexuales (del lesbianismo especialmente) lo que nos convierte fácilmente en objeto de cualquier injusticia y, en muchas partes del mundo, en víctimas de agresiones o asesinatos. Estar fuera del ámbito de la ciudadanía significa estar fuera del ámbito de la política, del lugar donde se dirimen los derechos y la justicia social. Es confinarnos al ámbito privado, pero cómo feministas (...) ¿No decíamos que lo privado es político? Que lo privado es político quiere decir, entre otras cosas, que consideramos que

la configuración de la subjetividad femenina es una cuestión clave que conforma el sustrato de la posición ocupada por las mujeres en la vida social y política, que guarda relación con las vivencias más profundas de las mujeres».

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADRIENNE, Rich

(2000) «La heterosexualidad obligatoria y la existencia lesbiana». Marysa Navarro y Catherine R. Stimpson (comp.). *Sexualidad, género y roles sexuales*. México: Fondo de Cultura Económica, pp. 159-211.

BRAIDOTTI, Rosi

(2000) *Sujetos nómades. Corporización y diferencia sexual en la teoría feminista contemporánea*. Buenos Aires: Paidós.

BRAIDOTTI, Rosi

(2004) «El feminismo con cualquier otro nombre». *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómade*. Barcelona: Gedisa, pp. 69-106.

BUTLER, Judith

(1999) «Sujetos de sexo/género/deseo». *Feminismos literarios*. Madrid: Arco Libros, pp. 25-76.

BUTLER, Judith; LACLAU, Ernesto y SLAVOJ Zizek.

(2000) *Contingencia, hegemonía, universalidad. Diálogos contemporáneos en la izquierda*. México: Fondo de Cultura Económica.

(2002) *Cuerpos que importan*. Buenos Aires: Paidós.

DERRIDA, Jacques

(1989) «Envío». *Deconstrucción en las fronteras de la filosofía: la retirada de la metáfora*. Barcelona: Paidós, pp. 77-122.

FOUCAULT, Michel

(1998) *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber (1)*. México: Siglo Veintiuno.

GIMENO, Beatriz

(2008) «El armario como coartada».

<<http://www.ciudademujeres.com/articulos/El-armario-comocoartada.pdf>>

PRADA OROPEZA, Renato

(1999) *Literatura y realidad*. México: Fondo de Cultura Económica, Universidad Veracruzana.

SCOTT, Joan W.

(1999) «La experiencia como prueba». *Feminismos literarios*. Madrid: Arco Libros, pp. 77-112.

SPIVAK, Gayatri

(1987) «Explanation and Culture: Marginalia». *In other Worlds: Essays in Culture Politics*. Nueva York: Routledge.

WITTIG, Monique

(1977) *El cuerpo lesbiano*. Valencia: Pre-Textos.



Sociología y Antropología
de la Cultura

Sociology and Anthropology of the Culture

ENRIQUE ALÍ
GONZÁLEZ
ORDOSGOITTI
(Venezuela)

Doctor en Ciencias Sociales (UCV-FACES, 1999, Mención Honorífica). Maestría de Historia de América Contemporánea (FAHE, UCV, 1983-84, tmT). Especialización en Administración de los Servicios Culturales Latinoamericanos (OEA, CONAC, CLACDEC, ENAHP y CORDIPLAN, 1981). Actualmente estudia el Postgrado de Estudios Avanzados de Teología (UCAB). Sociólogo (UCV, 1978), Técnico Superior en Folklore (INCIBA, 1975) y Bachillerato Filosófico, Magna Cum Laude (Universidad Pontificia Salesiana de Roma-ITER, 2001-2003). Profesor Titular en la Escuela de Filosofía de la UCV y Profesor Titular en el ITER/Facultad de Teología de la UCAB. Ha dictado clases en el Doctorado de Ciencias Sociales y en el Doctorado de Humanidades de la UCV. Profesor Invitado en la Maestría de Diseño Arquitectónico, en la Maestría de Historia de la Arquitectura y del Doctorado de Arquitectura de la FAU-UCV, del Doctorado en Cultura Latinoamericana del IPC-UPEL y de la Maestría en Teología Pastoral del ITER (Instituto de Teología para Religiosos)-Facultad de Teología de la UCAB, del Seminario Arquidiocesano de Caracas Santa Rosa de Lima y del Centro de Estudios Junguianos (CEJ). Ex profesor del pregrado del IPC-UPEL (1985-89), del IUSEPAR (1991-1995) y de la Universidad de la Tercera Edad (1988-1990) y de los Postgrados de Especialización de los Servicios Culturales de América Latina del CLACDEC (Centro Latinoamericano para el Desarrollo Cultural)-CONAC, OEA, ENHAP (Escuela Nacional de Hacienda Pública) 1982-1995. Ha dirigido Cursos de Investigación en Brasil, Cuba, Ecuador y República Dominicana y Profesor de Filosofía y Fenomenología de la Religión en Aruba y Curazao. Autor de 216 (doscientos dieciséis) Ponencias en Eventos científicos de Venezuela, Argentina, Brasil, EEUU, España, Francia, Panamá y Perú. Ha publicado 36 Libros de Ensayo como Autor, Compilador y/o Autor de Capítulos y 1 Libro de Poesía. Ha publicado 122 Artículos en Revistas especializadas de Venezuela, siete (07) Reseñas de Libros en Revistas especializadas de Venezuela, cinco (05) Artículos en Revistas especializadas de Otros Países y 32 Artículos en Revistas No-Especializadas. Miembro del Consejo Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación.

Correo electrónico: enagor@gmail.com
Teléfono: +58 416 4199450



Diálogo intercultural, Hermenéutica analógica y Ética transcultural¹

*Dialogue intercultural, Hermeneutics
analogical and Ethical transcultural*

Recibido: 24 /02/ 2011

Aceptado: 29 /03/ 2011

© De conformidad por su autor para su publicación. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1º de Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

¹ Este trabajo forma parte de la investigación teórica del Proyecto de Investigación de Grupo, dirigido por mi, PG 07-00-6683-2007, y del PG 02-00-6551-2006, dirigido por la Dra. Carmen Dina Guitián y del cual también formo parte, financiados ambos por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la UCV.

RESUMEN

ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI

Diálogo intercultural, Hermenéutica analógica y Ética transcultural

Partimos de la condición universal de **multiculturalidad** presente en la sociedad-mundo y del problema urgente -para las ciencias sociales y las humanidades- de estudiar e investigar para proponer un modelo acerca de cómo deberían ser las **relaciones interculturales**. Iniciamos nuestra reflexión partiendo de la experiencia de interculturalidad realizada en Venezuela por los Antropólogos en la década de los '60 del siglo XX. A los elementos teóricos decantados de la misma, les sumamos los del Diálogo y efectuamos una proposición sobre el Diálogo Intercultural, la manera como debe darse a través de la metodología de la Hermenéutica Analógica y terminamos señalando algunos caminos incipientes hacia el logro de una Ética Transcultural.

Descriptor: Diálogo intercultural / Hermenéutica analógica / Ética transcultural.

ABSTRACT

ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI

Dialogue intercultural, Hermeneutics analogical and Transcultural ethical

We leave of the universal condition of present multiculturalidad in the society-world and from the urgent problem -for social sciences and the humanities- to study and to investigate to propose a model about how they would have to be the **intercultural relations**. We initiate our reflection starting off of the experience of interculturalidad realised in Venezuela by the Anthropologists in the decade of the '60 of century XX. To the praised/poured off theoretical elements of the same, we added those to them of the Dialogue and we carried out a proposal on the Intercultural Dialogue, the way as it must occur through the methodology of the Analogical Hermenéutica and ended up indicating some incipient ways towards the profit of a Transcultural Ethics.

Keywords: Dialogue intercultural / Hermeneutics analogical / Transcultural ethical.

RÉSUMÉ

ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI

Dialogue intercultural, Herméneutique analogique et Éthique transculturelle

Nous partons de la condition universelle de **multiculturalité** présente dans la société-monde, et du problème urgent pour les sciences sociales et humaines d'étudier et d'investiguer afin de proposer un modèle qui explique comment devraient être les relations interculturelles. Nous commençons notre réflexion en partant de l'expérience d'interculturalité réalisée au Vénézuéla par des Anthropologues durant les années 60 du XX siècle. Aux éléments théoriques présentés, nous ajoutons ceux du Dialogue et nous présentons une proposition sur le Dialogue Interculturel, la façon dont il doit être à travers la méthodologie de l'herméneutique analogique, et nous terminons en signalant certaines voies émergentes vers la concrétisation d'une Ethique Transculturelle.

Mots-clés: Dialogue interculturel / Herméneutique analogique / Éthique transculturelle.

RESUMO

ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI

Diálogo intercultural, Hermenêutica analógica e Ética transcultural

Começamos desde a condição universal do multiculturalismo na sociedade, apresentada na sociedade-mundo e do problema urgente para as ciências sociais e as humanidades- de estudar e pesquisar para propor um modelo de como devem ser as relações interculturais. Começamos nossa discussão e reflexão com base na experiência de multiculturalismo feito na Venezuela pelos antropólogos na década dos '60 do século XX. Aos elementos teóricos, nós adicionamos o Diálogo e fazemos uma proposta sobre o Diálogo Intercultural, a maneira que deve ser dar através da metodologia da hermenêutica analógica e concluímos para apontar algumas formas emergentes para uma Ética Transcultural.

Palavras chaves: Diálogo intercultural / Hermenêutica analógica / Ética transcultural.

Hoy en día, debido a la conciencia de estar viviendo en una «aldea planetaria», cualquier reflexión sobre problemas que atañen a la sociedad, adquiere de inmediato una connotación global, bien sea sobre aspectos económicos, culturales, religiosos, étnicos o políticos.



Por eso saludamos la iniciativa y agradecemos la invitación a participar en este evento sobre Interculturalidad, organizado en Venezuela por el CIPOST de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, conjuntamente con otras universidades del país y de la hermana nación de Chile.

Aunque pudiéramos afirmar que ya en el título del evento subyace una connotación en el significado atribuido a lo Intercultural, los organizadores han querido que los significados de lo Intercultural se vuelvan explícitos con el objetivo de saber cuánta convergencia y divergencia existe en el uso del término y cuáles significados pudieran ser de utilidad en la intención ética de posibilitar relaciones de dignidad entre grupos humanos de diferentes culturas. Por tan encomiable objetivo es que iniciamos la escritura de estas breves líneas de reflexión sobre lo **Intercultural**.

Quisiéramos comenzar con una verdad de Perogrullo, cuando hablamos de Intercultural, estamos partiendo de la existencia de una sociedad multicultural, pues sólo en un ambiente con pluralidad de culturas es que puede hablarse de lo Intercultural. Pero lo Intercultural, tal como es sugerido en esta reunión, no alude solamente a un accionar absolutamente previsible, «mecánico» (en la connotación preinsteniana), referido a la casi inevitable acción de relación entre las varias culturas que comparten un mismo espacio geográfico, histórico y simbólico. Sino por el contrario, lo Intercultural se perfila como un tipo de acción social racional (Weber), mediante la cual los sujetos colectivos en contacto cultural, lo hacen de una manera determinada que preserva íntegra la dignidad de los mismos. Por lo tanto, uno de los objetivos a conseguir, sería la precisión teórica de cómo sería esta relación Intercultural digna.

En este orden de ideas nosotros nos decantamos por proponer que lo Intercultural sea concebido como un acontecimiento dialógico, que privilegie

no sólo un afán por las homologías (al cual no puede renunciarse de entrada sin someterlo a vigilancia epistemológica), sino también por las analogías, utilizando en este caso las herramientas que proporciona la hermenéutica analógica. La organización de nuestras reflexiones será la siguiente: las sociedades multiculturales; una experiencia intercultural desde la Antropología en Venezuela; la importancia del diálogo cultural y el método hermenéutico analógico.

1. LAS SOCIEDADES MULTICULTURALES

La percepción acerca de la existencia de diversas culturas debe siempre haber acompañado al hombre, al menos desde el encuentro entre el Homo Neanderthal y el Homo Sapiens Sapiens (u Hombre Moderno) en Europa, cuyo saldo fue desastroso para el primero. En épocas más recientes, desde el Neolítico, tendríamos la constante de percibir la cultura de la otra sociedad como lo diferente peligroso e inferior (griegos/bárbaros)² que hay que destruir³, absorber⁴, alejar por defectos sociales (Nahuas/Otomíes)⁵ o modi-

² «Desde el primer párrafo de su *Historia*, el jonio Heródoto nos presenta a los humanos divididos en griegos y bárbaros. *Barbaroi* son los que no hablan en griego, los que balbucean o mascullan otras lenguas, aquellos con los que es difícil comunicarse y entenderse. Esa gente son por esencia *los otros*. Con una lengua extraña, esos extranjeros no alcanzan lo racional de modo tan diáfano como el hablante griego, según un arraigado prejuicio helénico. Si la lengua expresa el *lógos*, palabra y razón, según la semántica del término griego, ese *lógos* que es lo más característico del ser humano, según la famosa definición de Aristóteles, la lengua griega conviene como ninguna otra a la racionalidad, que eleva al hombre por encima de los animales carentes del *lógos*» (García-Gual, 1992: 8).

³ «Hay que reconocer que a lo largo de la historia los pueblos minoritarios han tendido a perder sus características etnoculturales, asimilándose a los pueblos circunvecinos más poderosos. Muchas veces este proceso se cumplía bajo una presión explícita para actuar en esa forma. Otras veces los pueblos pequeños se han visto acorralados por un cerco de hostilidad, incomprensión, suspicacia y discriminación que los llevó progresivamente hacia un complejo de inferioridad colectivo, del cual la única escapatoria posible era renunciar a todo su acervo sociocultural y fundirse con los pueblos mayoritarios» (Mosonyi, 1970: 78).

⁴ Tal como lo realizado por los Caribes contra los Arawak, a quienes se les mataba a los hombres y se raptaban a las mujeres con su respectiva prole, a la cual se deculturaba lo arawak, para imponerle la cultura caribe.

⁵ «Es a través de esos rasgos donde... aflora la imagen náhuatl de gentes como los otomíes, huastecos y otros varios pueblos. Con los otomíes –cuya lengua pertenece no sólo a una

ficar⁶, creando diversas modalidades de la dialéctica de lo Uno y lo Otro, o el Próximo y lo Extraño, estudiadas abundantemente por la Antropología.

El percibir como distinta la cultura de otra sociedad, se basaba en la premisa (algunas veces falsa), de que su propia sociedad contenía una sola cultura, por lo que el alcance de la **Multiculturalidad** sólo era concebido a su vez como demostración de la existencia de múltiples sociedades. Esta visión, que en algunos casos rozará el etnocentrismo, aún está presente –en algunos campos intelectuales– en el momento de reflexionar acerca de tópicos como la Identidad Cultural Nacional de los Estados-Nación contemporáneos.

En la actualidad se acepta la existencia de la diversidad cultural en el interior de prácticamente cada Estado-Nación. Es decir ya el problema de la diversidad cultural y por lo tanto de la multiculturalidad es cónsono con cada país, lo que caracteriza a las naciones es su **heterogeneidad cultural** y no su homogeneidad. Esta situación de heterogeneidad cultural en el interior de cada sociedad nacional, comenzó a recibir atención desde la Sociología ya en plena década de los '20 del siglo pasado, cuando Pitirim A. Sorokin (1959) en su libro «*Social and Cultural Mobility*» publicado en 1927, le dedica en el «*Appendix Social and Cultural Dynamics*», el Capítulo «*Genesis, Multiplication, Mobility, and Diffusion of Sociocultural Phenomena in Space*», en el cual ya muestra preocupación por el impacto que la heterogeneidad cultural tiene sobre un aspecto social crucial, como lo es el de la movilización social. En su análisis subyace la reflexión acerca de cómo la heterogeneidad cultural repercute en la movilización social ascendente o descendente de los diferentes grupos sociales. Implícitamente va a descubrir, que ciertos patrones culturales favorecen más que otros la modalidad de movilización ascendente. Ya señala precedentes acerca de la relación

familia distinta sino a un tronco del todo apartado– los nahuas habían mantenido contacto generalmente pacíficos a través de los siglos. Los otomíes vivían –y continúan haciéndolo– en regiones periféricas a los grandes centros de población, muchas veces en zonas que pueden tenerse como “de refugio”. La imagen que de ellos prevalecía entre los nahuas incluye tres rasgos principales: son torpes, viven pobremente y son lascivos» (León-Portilla: 1992: 37).

⁶ El otorgar la ciudadanía romana a quienes aceptaran el modo de ser romano, renunciando a lo esencial de sus características étnicas específicas, que fuesen incompatibles con una total «romanización».

cultura-movilidad social, de lo que hoy define más claramente la sociólogo Guitián (1999) como el **Cúmulo** y el **Legado**.

Esa heterogeneidad cultural lleva a que definamos a las Sociedades Multiculturales como:

«(...) aquellas estructuras segmentadas en grupos sociales que, frecuentemente, poseen diferentes culturas o subculturas, fácilmente distinguibles, pero cuya configuración suele ser no complementaria (...). Entre las características más relevantes del multiculturalismo, encontramos:

- Una relativa ausencia de consenso en los valores.
- Una relativa presencia de heterogeneidad cultural.
- Una relativa presencia de conflictos entre los grupos sociales de significación.
- Una relativa autonomía entre las partes del sistema social.
- Una relativa importancia de coacción e interdependencia económica como base de la integración social.
- Un dominio político ejercido por uno de los grupos sociales sobre los demás.
- Una prioridad de las relaciones segmentarias, no afectivas y funcionalmente específicas *entre* los grupos sociales, y de nexos totales, no utilitarios, afectivos y difusos *dentro* de tales grupos» (Reding Blase, 2006: 31).

Toda sociedad Multicultural desarrolla relaciones interculturales, las mismas hasta ahora han estado signadas mayoritariamente por una relación de dominación, antes que por una relación democrática, respetuosa y digna:

«Por esta razón, también relacionamos multiculturalismo con aculturación, en el sentido de que no existen forzosamente intercambios entre los segmentos de la sociedad por un motivo claro: un segmento se impone sobre otro (...). La Multiculturalidad es el ámbito en el que se presenta la convivencia de distintas culturas. Este entorno es el propio de *una* de estas culturas, que reconocemos dominante, en tanto que las otras se encuentran en minoría. Por muy maleable que sea la capacidad de adaptación de unos y otros, toda convivencia intercultural, como toda diferencia, es en principio conflictiva» (Reding Blase, 2006: 31).

2. UNA EXPERIENCIA INTERCULTURAL DESDE LA ANTROPOLOGÍA EN VENEZUELA

Esta relación de dominación será denunciada e impugnada por la antropología latinoamericana desde inicios del siglo XX –especialmente en México y Perú–⁷ a través de la creación del Indigenismo, movimiento pionero mundial en la proposición de una acción intelectual descolonizadora, que permitiera desmontar y superar las prácticas de una antropología al servicio del Imperialismo europeo en África y en Asia.

Un limitante teórico de la proposición indigenista, estará el reducir la heterogeneidad cultural de nuestras sociedades a sólo dos polos culturales: la cultura y sociedad indígena, por un lado y la cultura y sociedad criolla/nacional, por el otro. Aún con estas limitaciones de un reducido multiculturalismo de nuestras sociedades, la **Antropología Indigenista** producirá una reflexión interesante a finales de la década de los '60 y principios de los '70, signada por dos orientaciones importantes para nuestra argumentación: una, que comienza a superar la dicotomía sociedad indígena/sociedad criolla, para hablar de tres relaciones interétnicas básicas: la relación comunidad indígena/comunidad criolla, la relación comunidad indígena/comunidad indígena y la relación comunidad criolla/comunidad étnica bicultural-binacional⁸ (como los alemanes/venezolanos o los alemanes/chilenos) y dos, utiliza el concepto de **Interculturación**, un

⁷ Marzal, Manuel M. (1993). *Historia de la Antropología indigenista*. México y Perú. España/México. Editorial Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana, «Autores, Textos y Temas Antropología», nº 29, 512 p.

⁸ «Cuando hablamos de Interculturación, de situación intercultural, queremos enfatizar la interdependencia económica y sociocultural de los grupos en contacto, y no sólo entendiendo la relación criollo-indígena, sino la múltiple relación de pueblos indígenas entre sí, o de algún tipo de sociedad minoritaria respecto a la sociedad nacional. En Venezuela, por ejemplo, además de las sociedades indígenas, tenemos a los habitantes de la Colonia Tovar. La sociedad coloniera es, en nuestra opinión, un modelo societario de minoría étnica, donde se da un tipo de relación campesino-urbana y donde se da el fenómeno del bilingüismo. Esta sociedad comparte en común con las sociedades indígenas ese profundo respeto que sienten sus miembros hacia los patrones tradicionales de vida de un pueblo, cuyas raíces están enmarcadas en un pasado europeo diferente al que comparten los venezolanos en su mayoría. Asimismo, las diferentes culturas indígenas de nuestro país tienen como marco de referencia ancestral fuentes diferentes a las nuestras, fuentes no europeo-occidentales, en lo religioso, por ejemplo, o en lo lingüístico». (González Nãñez,

precedente inmediato de lo que hoy llamamos Intercultural y que ha sido el motivo de la convocatoria a este evento.

Estos cambios dentro de la Antropología Indigenista, van a ser encabezados por la reflexión de profesores de la Escuela de Antropología de la UCV, quienes realizaron reflexiones significativas sobre la necesidad de una relación de interculturalidad entre las diversas culturas existentes en Venezuela, entendiendo dicha relación, como una acción de respeto, mutuo apoyo y desarrollo conjunto. Veamos los intentos de definición de interculturación y la consiguiente práctica que debería desprenderse de la misma.



El profesor y antropólogo **Esteban Emilio Mosonyi** (quien escribe en 1969, pero publica al siguiente año), define la interculturación como: «(...) *un proceso orientado en el cual se establece una interinfluencia creadora entre el grupo minoritario y la nación como un todo*» (Mosonyi, 1970: 78). Mientras el también profesor y antropólogo González Ñañez la conceptúa de la siguiente manera: «*La interculturación, proceso que definimos como la interinfluencia creadora entre el grupo minoritario y la sociedad nacional como un todo (...)*» (González Ñañez, 1970: 105). Como vemos es prácticamente la misma definición, muy escueta, desde el punto de vista teórico, que apunta a sugerir el tipo de práctica necesaria entre las culturas relacionadas, pues ya desde ese momento –al igual que hoy en día– se partía de la constatación de las relaciones culturales desiguales en las sociedades multiculturales:

«Sabemos por experiencia, que este proceso dinámico de contacto entre los pueblos siempre ha sido bien aprovechado por minorías políticas o religiosas con fines inescrupulosos. Toda sociedad minoritaria está sujeta a una dependencia económica y sociocultural. Lamentablemente, la extinción en primer lugar, la explotación y el abandono ha sido la suerte que han corrido nuestras poblaciones minoritarias» (González Ñañez, 1970: 105).

Al caracterizar la situación intercultural como una situación de opresión, los antropólogos planteaban una política alterna basada en dos principios fundamentales:

1970: 106). Ver también Esteban Emilio Mosonyi y Omar E. González Ñañez (1970). «El alemán de la Colonia Tovar, Edo. Aragua, Venezuela», *Economía y Ciencias Sociales*, FACES de la UCV (Venezuela) 12 (3): 44-59, julio septiembre.

«a) En primer lugar, atacar el problema del *genocidio*. Es decir, asegurar la supervivencia física del indígena... b) Luego se debe atacar, simultáneamente, el *etnocidio*, es decir, la destrucción de los valores etnoculturales de los grupos indígenas y de las sociedades minoritarias en general. Se entiende como un exterminio cultural, generalmente impuesto desde afuera. Se traduce en una alteración o destrucción del idioma, de la literatura oral, de la música, etc.» (González Ñañez, 1970: 105-106).

Estos principios fundamentales dieron origen a políticas concretas que revisaremos para extraer las experiencias pertinentes, de manera tal que podamos plantearnos la problemática actual de lo Intercultural en América Latina y el mundo, haciendo una reabsorción hegeliana desde una filosofía de la historia, evitando la reproducción del complejo adánico de creer siempre que es la primera vez que se piensa algo, simplemente porque hemos decidido conscientemente negar todo lo que nos precedió, aún sin haber hecho el esfuerzo por conocerlo. Esas políticas concretas impulsadas por los antropólogos, conceptuadas como prácticas de una Antropología Aplicada, serán las de combatir el genocidio, desarrollar la educación intercultural y proponer programas de desarrollo regional interculturales:

«La orientación que hemos definido para la política de interculturación presenta dos grandes direcciones: a) Por una parte, lo que se refiere a la acción de la Antropología de Urgencia (...) b) Y por la otra, la Antropología Aplicada, que se divide, a su vez, en dos vertientes estrechamente vinculadas dentro del contexto intercultural: 1. La educación intercultural, y 2. Los programas de desarrollo regional» (González Ñañez, 1970: 107).

Nos detendremos en algunos detalles de los programas de educación intercultural bilingüe y de desarrollo regional, para extraer elementos teóricos que abordaremos en los próximos apartes y que pensamos nos ayudarán a contribuir en la construcción de un corpus teórico para el desarrollo de relaciones de interculturalidad dignas.

2.1. Premisas de la Educación Intercultural Bilingüe

González Ñañez establece ocho premisas para que pueda efectuarse una Educación Intercultural Bilingüe:

1. el dominio previo del idioma materno:

«Nosotros estamos convencidos de la importancia preliminar que implica el dominio previo de cualquier idioma materno como etapa necesaria en la adquisición de otros sistemas lingüísticos. Creemos, por ejemplo, en el caso de nuestros países, que es más fácil instruir inicialmente en lengua vernácula antes de castellanizar» (González Nãñez, 1970: 107).

2. El promotor cultural bilingüe debe ser miembro del grupo debido a poseer una visión emic:

«Esta instrucción debe ser implantada por un miembro del grupo en cuestión, debidamente entrenado, es decir, por el llamado promotor cultural bilingüe. Por ser integrante de la sociedad tradicional, está sustanciado con el marco conceptual y valorativo de su pueblo. Conoce la economía, psicología, la religión, la tecnología, etc., de su sociedad, y a la vez está documentado en aspectos fundamentales de la sociedad exterior a la suya» (González Nãñez, 1970: 107-108).

3. El promotor cultural bilingüe en consenso con el grupo decide los cambios posibles:

«Bajo su dirección, pero en base fundamentalmente al consenso de su sociedad, se deciden el cambio sociocultural y la promoción y desarrollo de la misma. De tal forma, que el agente de interculturación participa de una variabilidad multicultural que le permite establecer los elementos definitivos que posibiliten el cambio sociocultural de la sociedad donde actúa, así como también delimita aquellos factores que hacen imposible o que son contrarios al cambio» (González Nãñez, 1970: 108).

4. Se elabora un alfabeto práctico y una cartilla bilingüe, de manera que el mutuo conocimiento de las culturas comience desde la experiencia de lo vivido:

«Nuestra base es la metodología lingüística... hemos diseñado progresivamente algunos alfabetos prácticos (...) y se están elaborando las cartillas bilingües que habrán de utilizar los agentes de interculturación en su enseñanza de las lenguas nativas» (González Nãñez, 1970: 108).

5. En la relación intercultural comunidad criolla/comunidad indígena, se utiliza la grafémica del español (lengua mayoritaria de Venezuela), estableciendo así la comunicación/traducción del idioma minoritario al idioma mayoritario:

«Estas escrituras prácticas atienden a las características peculiares de las mismas, aprovechando en lo posible, la grafémica del español, lengua oficial del país» (González Ñañez, 1970: 108).

6. En la relación intercultural comunidad criolla/comunidad bicultural-binacional (alemanes venezolanos de la Colonia Tovar), se utilizan tanto la grafémica del español (lengua mayoritaria de Venezuela), como la grafémica del alemán, que también es una lengua alfabética europea, estableciendo así la comunicación/traducción del idioma minoritario al idioma mayoritario:

«Sin embargo, surgen siempre excepciones en la escritura de algunos sonidos que no existen en el español. Para el caso del alemán coloniero nos hemos valido de dos lenguas literarias universalmente conocidas (...). Así, muchos fonemas están representados por sonidos ya existentes en el español, pero hay otros que sólo tienen su correspondencia en el alemán literario, y en tal sentido aprovechamos, adaptándolas, partes de su alfabeto» (González Ñañez, 1970: 108).

7. En la relación intercultural comunidad criolla/comunidad bicultural-binacional (alemanes venezolanos de la Colonia Tovar), estamos en presencia de un trilingüismo: castellano, alemán literario y dialecto coloniero alemán, que enriquece a todas las lenguas participantes:

«La comunidad coloniera estaría incluso en los umbrales del trilingüismo: ya la sociolingüística nos demuestra que es perfectamente posible que sus habitantes, a través de una educación intercultural bien dirigida, se conviertan en hablantes del alemán literario, además de hablar el español y su lengua vernácula. Es decir, no está planteada allí, ni en ningún otro caso, la competencia lingüística desfavorable a cualquiera de las lenguas en cuestión» (González Ñañez, 1970: 108)

8. La importancia del **plurilingüismo** como relación que permite adecuadamente conocer el significado y significante de las culturas involucradas:

«El fenómeno del plurilingüismo es completamente posible y saludable a la vez, ya que a través del manejo de hábitos lingüísticos diferentes a los nuestros penetramos intensamente en la cultura. La visión estructural o global de la cultura estudiada la obtendremos mejor conociendo bien el significante y significado de los elementos culturales, a través del dominio del lenguaje. Por esta razón concedemos tanta importancia instrumental a la educación intercultural en base al sistema de cartillas bilingües» (González Ñañez, 1970: 108-109).

2.2. Premisas de los Programas de Desarrollo Regional en perspectiva Intercultural

1. El desarrollo debe alcanzar a todos los individuos y grupos que comparten un territorio:

«(...) concebimos el desarrollo, no en forma aislada y privilegiada para un solo grupo minoritario o una sola comunidad, dentro de un vasto territorio, sino que lo entendemos con referencia a todos los individuos que comparten un área. Así por ejemplo, creemos que la prosperidad que vive en la actualidad la Colonia Tovar, como producto de la industria del turismo, debe proyectarse en toda la región circunvecina. Es notable, por ejemplo, la diferencia entre la población de El Junquito y la de la Colonia Tovar, ambas enmarcadas dentro de una misma área. Estos planteamiento son válidos también para nuestros grupos indígenas, de acuerdo, por supuesto, a los diferentes grupos y regiones del país» (González Ñañez, 1970: 109).

2. A mayor conocimiento mutuo de las comunidades culturales involucradas, menos prejuicios y hostilidad:

«Dentro de una situación intercultural, los agentes de la política intercultural, deben superar la concepción de neocolonialismo, de sujeción caprichosa... Una idea importante derivada de esto es una frase de lugar común en las relaciones intergrupales: la declaración de que "si la gente se conociera mejor entre sí, habría menos prejuicios y hostilidad". Una manera eficaz de poner en

práctica esto es tomarlo en cuenta en los programas de desarrollo regional» (González Ñañez, 1970: 109).

3. Es importante que las comunidades conozcan su situación de interdependencia:

«Es un punto importante de consideración, por ejemplo, en la integración de las economías indígenas de una región, que los grupos que entran en relación conozcan objetivamente su situación de interdependencia, con miras a que sepan medir su propio desarrollo y no continúen sometidos a un estancamiento que niega no sólo sus valores etnoculturales sino su propia existencia» (González Ñañez, 1970: 109)

2.3. Análisis teórico de las once premisas de la experiencia intercultural en la década de los '60 en Venezuela

Procedamos ahora a sintetizar teóricamente lo que fue la experiencia intercultural llevada a cabo por antropólogos venezolanos en la década de los sesenta del siglo pasado. Las once premisas extraídas de las prácticas de la educación intercultural bilingüe y del desarrollo regional intercultural fueron las siguientes:

1. el dominio previo del idioma materno,
2. el promotor cultural bilingüe debe ser miembro del grupo debido a poseer una visión emic,
3. el promotor cultural bilingüe en consenso con el grupo decide los cambios posibles,
4. se elabora un alfabeto práctico y una cartilla bilingüe, de manera que el mutuo conocimiento de las culturas comience desde la experiencia de lo vivido,
5. en la relación intercultural comunidad criolla/comunidad indígena, se utiliza la grafémica del español (lengua mayoritaria de Venezuela), estableciendo así la comunicación/traducción del idioma minoritario al idioma mayoritario,

6. en la relación intercultural comunidad criolla/comunidad bicultural-binacional (alemanes venezolanos de la Colonia Tovar), se utilizan tanto la grafémica del español (lengua mayoritaria de Venezuela), como la grafémica del alemán, que también es una lengua alfabética europea, estableciendo así la comunicación/traducción del idioma minoritario al idioma mayoritario,
7. en la relación intercultural comunidad criolla/comunidad bicultural-binacional (alemanes venezolanos de la Colonia Tovar), estamos en presencia de un trilingüismo: castellano, alemán literario y dialecto coloniero alemán, que enriquece a todas las lenguas participantes,
8. la importancia del plurilingüismo como relación que permite adecuadamente conocer el significado y significante de las culturas involucradas,
9. el desarrollo debe alcanzar a todos los individuos y grupos que comparten un territorio,
10. a mayor conocimiento mutuo de las comunidades culturales involucradas, menos prejuicios y hostilidad,
11. es importante que las comunidades conozcan su situación de interdependencia.

Desde lo estrictamente teórico, esas premisas nos están diciendo que en una situación de **interculturalidad educativa**, en donde exista una relación de poder desigual entre las comunidades culturales involucradas, las cuales hablan lenguas diferentes, debe procederse como sigue:

- asegurar el mantenimiento y reproducción del idioma materno de la comunidad cultural más débil,
- escoger del seno de la misma un interlocutor válido que asegure tanto el dominio de su idioma y cultura materna, como un conocimiento básico de la cultura de la comunidad cultural más fuerte,
- este interlocutor válido siempre deberá actuar conjuntamente con su comunidad de origen y adoptar por consenso cualquier cambio propuesto,

- el proceso de educación bilingüe deberá comenzar creando instrumentos educativos que permitan ir desarrollando interpretaciones lineales o analógicas, de la cultura minoritaria a la cultura mayoritaria, partiendo de lo vivido antes que de lo pensado, utilizando la grafema de ésta, sabiendo que el grado de complejidad será mayor cuando el traslado a grafemas se haga de una lengua no/alfabética a una lengua alfabética, que cuando se hace entre dos lenguas alfabéticas, ambos casos son los más comunes en América Latina.
- y finalmente toda situación de plurilingüismo debe ser estimulada y apoyada, pues permite un conocimiento intercultural profundo.

Si pasamos a analizar teóricamente las premisas resultantes del desarrollo regional intercultural, tendríamos que:

- el concepto de desarrollo comunitario tiene que tener presente que su alcance debe ser de una escala regional,
- es imprescindible, por lo tanto, que las comunidades involucradas se conozcan lo más profundamente posible, debido a que el conocimiento del Otro es una condición necesaria,
- y que las comunidades participantes descubran que la relación objetiva de ellas es de inevitable interdependencia.

El decantamiento teórico de la experiencia intercultural llevada a cabo en Venezuela en la década de los '60, pone en evidencia **la constante necesidad de conocer al Otro**. Sin el conocimiento del Otro, no es posible desarrollar una interculturalidad digna. Esta situación nos coloca en la necesidad de darle un mayor soporte teórico que pueda situarnos en lo elementalmente humano (Cirese)⁹. El cual para nosotros, no es más que el campo intelectual del Diálogo. Asunto que abordaremos en los próximos apartes: **qué es el Diálogo, el Diálogo Intercultural y el Método de la Hermenéutica Analógica**.

⁹ Ver Cirese, 1983.

3. SOBRE EL DIÁLOGO

Comenzaremos precisando algunos elementos del Diálogo, para lo cual seguiremos a Ferrater Mora (1994). El Diálogo es una forma de expresión filosófica o científico filosófica:

«El diálogo ha sido con frecuencia una forma de expresión filosófica o científico-filosófica; ejemplos al respecto hallamos en Platón, San Agustín, Cicerón, Galileo, Berkeley, Hume y, por supuesto, Sócrates (a través de Platón). A veces la forma del diálogo se halla oculta en un aparente discurso continuo. Así se ve en Plotino, que se pregunta y se responde a sí mismo con frecuencia en forma “dialógica”» (Ferrater Mora, 1994: 877).

Que se caracteriza por su vocación dialéctica y anti dogmática:

«El diálogo filosófico no es una forma literaria entre otras que pudiesen igualmente adoptarse; responde a un modo de pensar esencialmente no “dogmático”, esto es, a un modo de pensar que procede “dialécticamente”» (Ferrater Mora, 1994: 877).

Esta vocación configura una fuerte relación estructural entre diálogo y pensamiento:

«Por eso hay una estrecha relación entre estructura dialógica y estructura dialéctica del pensar. Según Platón, el que sabe preguntar y responder es el práctico o especialista del diálogo, esto es, el “dialéctico” (*Crat.* 390 C)». (Ferrater Mora, 1994: 877)

A su vez, el Diálogo tiene una vocación de búsqueda de la verdad que lo aleja por completo de la fatuidad de los sofistas:

«Platón sostiene que la contemplación por el alma de la realidad inteligible es efecto del conocimiento del “arte del diálogo” (*Rep.* VI 511 C), el cual es distinto, y hasta opuesto, a la controversia sofística, donde el diálogo es mera disputa y no proceso cognoscitivo» (Ferrater Mora, 1994: 877).

Esta vocación de verdad, lleva al Diálogo a un proceso exigente de conceptualización:

«En el proceso dialógico o dialéctico hay división y generalización (*Phaed.*, 266 B): el diálogo es un método riguroso de conceptualización» (Ferrater Mora, 1994: 877).

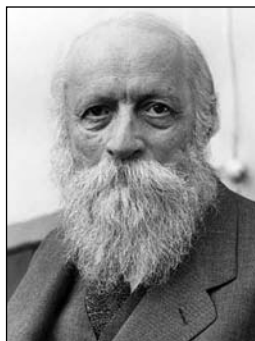
La relación entre Diálogo y Verdad, ha propiciado en la actualidad, el recentramiento del mismo en algunos campos intelectuales como el de la comunicación y el de la otredad:

«Por otro lado, en la época contemporánea se ha manifestado bastante interés por las cuestiones de índole “dialógica”. La mayor parte de los autores que se han ocupado del problema de la comunicación en sentido existencial y del llamado “problema del otro” se han referido asimismo a la cuestión del diálogo» (Ferrater Mora, 1994: 877).

3.1. Diálogo y Martin Buber

Veamos el caso de **Martin Buber (1878-1965)** y la utilización del Diálogo en tres ideas fundamentales para su **Teoría de la Comunicación**. La primera de ellas es entender el diálogo como una comunicación existencial:

«(...) el diálogo es una “comunicación existencial” entre Yo y Tú. El silencio puede formar parte entonces el diálogo» (Ferrater Mora, 1994: 877).



Medido con el rasero existencial, el diálogo puede devenir en auténtico o falso:

«Pero hay que distinguir entre el diálogo auténtico y el falso. El diálogo auténtico (implique o no comunicación por medio de palabras) es aquel en el cual se establece una relación viva entre personas como personas. El diálogo falso (calificado de “monólogo”) es aquel en el cual los hombres creen que se comunican mutuamente, cuando lo único que hacen en verdad es alejarse unos de otros. Una forma de diálogo no auténtico, pero admisible, es el “diálogo técnico”, en el cual hay solamente comunicación de conocimiento objetivo (en el mundo del “Ello”）」 (Ferrater Mora, 1994: 877).

Y la tercera idea que destacamos es que para Buber, la acción de dialogar constituye por sí misma una esfera específica de la acción humana, lo denominado por él, lo **Entrehumano**:

«Según escribe Maurice S. Friedman en el libro *Martin Buber: The Life of Dialogue* (1955), cap. XIV, existe para Buber una “esfera del ‘entre’” (de lo “entrehumano” o “inter-humano” ...). La participación de ambos miembros es el principio indispensable para esta esfera, tanto si la reciprocidad es completamente efectiva como si es directamente capaz de ser realizada mediante complementación o intensificación. El desarrollo de esta esfera es lo que Buber llama precisamente ‘lo dialógico’» (Ferrater Mora, 1994: 877).

3.2. Diálogo y Aldo Testa

Otro autor contemporáneo que ha hecho del Diálogo un elemento central de su pensamiento es Aldo Testa, quien ha postulado una **Filosofía Dialógica**:

«(...) Aldo Testa (*Introduzione alla dialogica*, 1955. *La dialogica universale*, 1957; *Somma dialogica*, 1957), el cual ha desarrollado una “filosofía dialógica”. Según Testa, el lenguaje tiene sentido sólo en tanto que se funda “en el encontrarse recíproco de yo y el otro” (*La dialogica*, 19)» (Ferrater Mora, 1994: 878).

Y ha creado una tipología de cuatro tipos de Diálogo:

«Hay cuatro especies básicas de diálogo: el natural, el educativo, el moral y el social. El conjunto de individuos “dialogantes” no es una mera suma sino una realidad estructural “vinculadora” (*Somma*, 27)» (Ferrater Mora, 1994: 878).

3.3. Diálogo y Collingwood

El destacado Filósofo de la Historia Collingwood, ha colocado el asunto del Diálogo en un punto clave del saber, el cual es la posibilidad de entender, sólo posible si se comprende la pregunta y la respuesta, es decir la acción dialógica:

«Collingwood había ya puesto de relieve que un problema no puede resolverse si no se entiende, y no se entiende, si no se sabe qué clase de cuestión plan-

tea. La pregunta y la respuesta se hallan de este modo íntimamente vinculadas» (Ferrater Mora, 1994: 878).

3.4. Diálogo y Gadamer

Hans-Georg Gadamer (1900-2002) retoma la lógica dialogal de Collingwood acerca de la dialéctica de la pregunta-respuesta, extendiéndola a todo tiempo y configurando otra cualidad del diálogo, la cual es su capacidad hermenéutica:

«Hans Georg Gadamer –que ha reconocido el precedente de Collingwood de una “lógica de la pregunta y la respuesta”– trata de desarrollar esta lógica, pero sin limitarla a la comprensión del pasado histórico. Pregunta y respuesta circulan, por así decirlo, dentro del diálogo hermenéutico y adquieren su sentido dentro de este diálogo» (Ferrater Mora, 1994: 878).



Esa capacidad hermenéutica, transforma la dialéctica pregunta-respuesta en algo abierto e inacabado:

«Pero, además, la llamada “respuesta” no cierra el círculo, sino que lo abre de nuevo, ya que entender (comprender) una pregunta es, a su vez, otra pregunta. Puede hablarse de una “dialéctica de la pregunta y la respuesta” (*Wahrheit und Methode*, 2da ed., 1965, página 359; trad. Esp: *Verdad y Método*, 1977)» (Ferrater Mora, 1994: 878).

Esa apertura permanente construye simultáneamente al sujeto-sujeto y al sujeto-objeto en cada ahora:

«Esta dialéctica es un intercambio entre un sujeto que pregunta y un “objeto” que se desvela o revela al sujeto, pero sólo porque el sujeto está, por así decirlo, dispuesto a escuchar lo que el “objeto” dice. El “decir” es una relación de la que sujeto y objeto son sólo abstracciones. El diálogo resulta ser por ello un “acontecimiento”; su estructura lingüística es un reflejo de su estructura ontológica» (Ferrater Mora, 1994: 878).

3.5. Diálogo y crítica a la Ecológica Fenomenológica

Stephen Strasser ha partido de la importancia del diálogo para una teoría del conocimiento y desde esa posición ha desnudado las limitaciones de las corrientes fenomenológicas que privilegian en demasía al sujeto individual:

«(...) “la fenomenología dialógica” de Stephen Strasser (*The Idea of Dialogical Phenomenology*, 1969; del mismo autor: *Bouwstenen voor een filosofische anthropologie*, 1965). Según Strasser, una parte de la corriente fenomenológica ha errado al insistir en la egología y en la constitución egológica trascendental de la conciencia. La conciencia se constituye, al entender de Strasser, intersubjetivamente, o interindividualmente» (Ferrater Mora, 1994: 878).

En síntesis

Evidenciada la importancia y la centralidad del Diálogo para explicar lo real y el sentido de lo real, es que lo proponemos como categoría eje para la formulación de una teoría acerca de cómo deben ser las relaciones interculturales dignas. En el próximo acápite veremos la proposición de lo Intercultural como Diálogo.

4. Lo Intercultural como Diálogo

Habiendo visto la importancia y la vigencia del Diálogo, proponemos al mismo como la sustancia de **la comunicación intercultural**:

«Así pues, es claro que el signo de estos tiempos habrá de ser el diálogo global o su declive debido a los integristas de diverso cuño» (Reding Blase, 2006: 30).

Y proponemos el Diálogo, porque aun cuando la comunicación intercultural siempre ha existido, en la mayoría de las ocasiones se ha caracterizado por la imposición monológica:

«El fenómeno no es nuevo: las culturas han entrado en contacto y en ocasiones se han fusionado, aunque los mestizos surgidos del trato intercultural no

siempre han tenido como herencia una cultura que sea el producto del diálogo entre las diversas matrices culturales que les dieron vida» (Reding Blase, 2006: 30).

Este Diálogo estará tensado por la diversidad escalar, especialmente por sus puntos extremos:

«La comunicación intercultural debe encaminarse a la solución de los problemas globales, pero atendiendo al hecho de la diversidad. Así, la dinámica que hay que proteger oscila entre lo local y lo global» (Reding Blase, 2006: 32).

El **Diálogo Intercultural** permitirá descubrir las tendencias centrífugas y centrípetas de cada cultura específica y lo que en ella anida de común a la humanidad:

«De hecho, Villoro postula que una cultura particular no sólo comprende los valores vigentes consensuales (moral positiva), sino también la proyección de valores disruptivos de la moral vigente (moral crítica), y por consiguiente el diálogo intercultural supone el reconocimiento de valores propios de cada cultura, pero también de valores transculturales, es decir, reconocidos y realizados en diferentes culturas» (Reding Blase, 2006: 33).

La Comunicación Intercultural nos permitirá explicitar nuestras dudas sobre las actitudes, sentimientos, creencias, valores y conductas de los Otros, por lo que tomaremos conciencia de estar incapacitados para prever la reacción del Extranjero, lo que estimulará nuestra prudencia en los juicios:

«Aparte de los problemas de orden epistemológico, hay que considerar que la comunicación intercultural comporta frecuentemente un cierto grado de incertidumbre, de duda, de inseguridad. La incertidumbre se presenta con relación a las actitudes, sentimientos, creencias, valores y conductas de los otros. Es decir, hay cierta duda cuando se tiene que predecir el desarrollo de la interacción comunicativa con un extranjero» (Reding Blase, 2006: 33).

Pero a la vez, las relaciones interculturales dialogadas facilitarán –gracias a la empatía– la incorporación de elementos extraños, de los Otros:

«Las relaciones interculturales permiten la incorporación de elementos extraños, pero por los cuales se siente cierta empatía, a pesar de la incertidumbre o el conflicto entre los grupos en contacto» (Reding Blase, 2006: 33).

Como en toda acción de reflexión sobre lo social, el Diálogo Intercultural no deberá sustraerse a la vigilancia epistemológica necesaria, para solventar los problemas epistemológicos presentes:

«Debido a los marcos conceptuales “pueden permitirse o impedir la formulación de ciertos problemas, el reconocimiento de ciertos hechos como relevantes para determinados problemas y también permiten o impiden que se construyan o que se acepten teorías y concepciones acerca del mundo”» (Reding Blase, 2006: 33).

La comunicación intercultural vista desde el Diálogo, nos presenta de momento tres áreas que requieren una reflexión especial: la relación con el Relativismo, sus productos finales y su Método.

4.1. Diálogo Intercultural y Relativismo

Uno de los problemas presentes en el Diálogo Intercultural es extremar la idea de la relatividad de las culturas, hasta llegar al punto de proponer la imposibilidad de sostener criterios y parámetros universales, que permitan establecer juicios afirmativos o negativos acerca de algunos elementos de las culturas involucradas. De ahí la importancia de abordar la idea de lo relativo en las culturas. Nos parece adecuado comenzar por el concepto de **Relativismo Antropológico**, acuñado por Sahlins:

«Relatividad es la suspensión provisional de nuestros propios juicios con el objeto de ubicar las prácticas en cuestión en el orden histórico y cultural que las hicieron posibles. No es de ninguna manera un asunto de convicciones». (Reding Blase, 2006: 34).

El Relativismo Antropológico es sólo una proposición metodológica, no un argumento Moral:

«También es útil recordar que, como señala Sahlins: “Visto desde cualquier punto de vista, el relativismo cultural es un procedimiento antropológico

interpretativo –es decir, metodológico–. No se trata del argumento moral de que cualquier cultura o tradición es tan buena como otra, si no que es mejor. El relativismo es el simple precepto de que, a fin de volverse inteligibles, los ideales y las prácticas de otros pueblos deben situarse en su propio contexto histórico: y deben ser entendidas en tanto que valores en el ámbito de sus propias relaciones culturales en lugar de ser valorados mediante juicios categóricos y morales de nuestra propia hechura”» (Reding Blase, 2006: 33-34).

Partiendo de esta definición de Relativismo Antropológico podemos enfrentar adecuadamente los peligros de dos posiciones antagónicas e inadecuadas que obstaculizarían cualquier posibilidad de Diálogo Intercultural, las cuales son el Relativismo extremo y el Etnocentrismo extremo:

«Mientras que algunos teóricos asumen posiciones marcadamente relativistas, otros optan por un etnocentrismo extremo que les priva del conocimiento de los otros. En este tipo de situaciones, en las que a veces se vislumbra la dejadez o la franca intolerancia, resulta imposible la comunicación» (Reding Blase, 2006: 32).

El Relativismo extremo conduce a la primacía absoluta de lo particular en detrimento de lo común compartido, mientras el Universalismo extremo, privilegia lo común compartido, a costa de lo particular:

«Por un lado, hay que valerse de cierto relativismo para dar cabida a la diversidad; pero, por otra parte, hay que poder pensar en particularidades compartidas. Sin embargo, bien es cierto que el universalismo tajante resulta en parálisis que impide pensar de manera multidimensional; aunque también es verdad que un relativismo extremo no permite una interpretación que conduzca a encontrar ciertas similitudes entre fenómenos o hechos particulares. En pocas palabras, en estos gestos Univocistas o Equivocistas, sobresale el exceso sobre la medida» (Reding Blase, 2006: 32).

Otro problema al que conduce el Relativismo extremo es a la «idolización» de la cultura, a su sacralización paralizante, conservadora y enemiga de los cambios, se convierte en un Relativismo Normativo, a espaldas de la definición antropológica del mismo, tal como esbozaba Sahlins:

«El relativismo *normativo* sacraliza la cultura y la convierte en absoluto. Más todavía, “esta sacralización tiende a acompañarse además con el conservadurismo; al definirse la cultura por lo que *es* y lo que *es*, lo que se propone, como lo que *debe ser*, toda propuesta de cambio debe ser necesariamente vista como infidelidad”» (Reding Blase, 2006: 33).

Y finalmente el Relativismo extremo conduce a tal grado la supremacía de lo particular, que impide la gestación de juicios universales, transculturales, acotándose a lo intracultural:

«Los juicios de valor se darían solo intraculturalmente, empantanando un diálogo intercultural sobre principios éticos universales mínimos y sobre la propia crítica a las culturas» (Reding Blase, 2006: 33).

4.2. Resultados de la comunicación Intercultural: la Universalidad unívoca (choque de civilizaciones), la Universalidad equívoca (culturas híbridas) y la Universalidad reabsorbida (culturas mestizas)

Los principales resultados de la comunicación intercultural estarán signados por la profundidad del diálogo presente y se expresará en la siguiente tipología: la Universalidad unívoca, la Universalidad equívoca y la Universalidad reabsorbida. Las dos primeras se expresarán en las categorías de **Civilizaciones excluyentes** (que inevitablemente conducen al choque) y de **Culturas Híbridas**:

«(...) las posturas teóricas que se ofrecen para explicar la Multiculturalidad oscilan entre el denominado *choque de civilizaciones* y el surgimiento de las llamadas *culturas híbridas*, aunque (...) estas categorías no son siempre las más convenientes toda vez que son explicaciones que caen, respectivamente en la univocidad o en la equivocidad» (Reding Blase, 2006: 34).

La hibridez se logra debido a la metodología utilizada de la búsqueda forzada de homologías: «De cara a la aspiración por encontrar homologías y entregarse a la univocidad, el híbrido apuesta por mostrarse equívoco» (Reding Blase, 2006: 35).

El tercer tipo, la Universalidad reabsorbida, se alcanza –a nuestro modo de ver– por el rechazo al método de la búsqueda forzada de homologías y la recurrencia explicativa de la analogía, dando origen a la **Cultura Mestiza**:

«El mestizo, en cambio, es un sujeto habituado a hacer distinciones y conjunciones, y en ese sentido, debe ser capaz de asombrarse. Pero además de hablar del orden de la estética, también tiene una militancia clara en el campo de la ética. Aunque se diga del mestizo que no es de ningún lado, o que su perplejidad ante la mezcla es sólo para producir textos efímeros, prefiero pensar que esa, es más bien la situación en que está el híbrido. La circunstancia propia del mestizo es transitar de un espacio a otro, y por eso es posible sostener que su actitud es de cierto relativismo (...). La pluralidad del Mundo asombra y conmueve al mestizo. Pero es también ocasión para un compromiso con los otros» (Reding Blase, 2006: 35).

Y es acerca de este tercer tipo, de Cultura Mestiza y el método adecuado para lograrlo, que hablaremos en el acápite próximo y final.

5. EL MÉTODO DE LA HERMENÉUTICA ANALÓGICA DESARROLLA EL DIÁLOGO INTERCULTURAL HASTA PRODUCIR LA CULTURA MESTIZA

Pensamos con Reding Blase (2006), que el Método de la Hermenéutica se muestra especialmente adecuado para la realización de un Diálogo Intercultural caracterizado por el respeto a la dignidad de los sujetos involucrados. Queremos enfocar el tema respondiendo a las preguntas de ¿qué es la Analogía? ¿Cómo funciona el Método de la Hermenéutica Analógica? ¿Para qué sirve? ¿Tiene alguna relación especial con la Ética?

5.1. ¿Qué es la Analogía?

Siendo el Método el de la Hermenéutica Analógica, luce necesario puntualizar lo que debemos entender por Analogía. La recuperación de la capacidad de conocimiento presente en el lenguaje analógico, viene siendo una preocupación conciente y constante de lo más esclarecido del pensamiento científico social, humanístico y teológico, bastaría señalar al

Sociólogo Maffesoli¹⁰, al filósofo y hermeneuta Durand¹¹, al filósofo y teólogo Luciani Rivero¹² y a toda la corriente disciplinar encarnada en los estudios bíblicos modernos¹³. En todos ha existido una preocupación por denunciar las limitaciones de los lenguajes lineales y homológicos de las ciencias naturales y la necesidad de rescatar el uso del lenguaje analógico y simbólico¹⁴.

Utilizaremos la definición de Analogía según Beuchot, citado por Reding Blase (2006).

«Nuestro autor define la analogía como “pro-porción, admisión de proporciones conjuntadas o armonizadas, no desligadas ni caóticas. Es un respeto de proporciones, que son diferentes y divergentes, pero con unidad proporcional. La analogía es una tensión, distensión y protensión, casi dialéctica, entre lo particular y lo universal. Respeto lo particular y diferente, sin negar lo alcanzable de universalidad y semejanza”» (Reding Blase, 2006: 34).

Y dentro de las Analogías distinguiremos dos tipos: uno de proporcionalidad impropia (Metáfora) y otro de proporcionalidad propia.

«La analogía de proporcionalidad impropia, lo que llamamos metáfora, sin duda es útil, pero no permite el trabajo de la ciencia. Es en particular la analogía de proporcionalidad propia la que permite que los marcos conceptuales

¹⁰ Maffesoli, Michel. *El conocimiento ordinario. Compendio de sociología*. México. FCE. 1ra edición en francés 1985, 1ra. edición en español 1993, 216 p.

¹¹ Durand, Gilbert (1995). «El hombre religioso y sus símbolos» en: J. Reis (Coordinador). *Tratado de Antropología de lo Sagrado. 1) Los orígenes del homo religiosus*. Madrid, Editorial Trotta, Colección Paradigmas, Biblioteca de Ciencias de las Religiones, n° 6, 1995 (pp. 75-125).

¹² Luciani Rivero, Rafael (1997). *La palabra olvidada. De la significación a la simbolización*, Caracas, Instituto Universitario Salesiano Padre Ojeda (IUSPO).

¹³ Mannuci, Valerio (1997). *La Biblia como palabra de Dios. Introducción general a la Sagrada Escritura*. Bilbao. Desclée De Brouwer. Octava edición, 350 p.

¹⁴ González Ordosgoitti Enrique Alí (2004). *Gilbert Durand y el regreso del símbolo Anthropos*, IUSPO (Instituto Universitario Salesiano Padre Ojeda) (Venezuela, Los Teques) (25) 48-49: 53-78, enero-diciembre (1-2).

resulten menos complicados de entender y se puedan encontrar marcos conceptuales transculturales» (Reding Blase, 2006: 34).

5.2. ¿Cómo funciona el Método Hermenéutico Analógico?

Mauricio Hardie Beuchot Puente insiste en proponer el uso de la Analogía como Método para el análisis intercultural:

«Ahora bien, por analogía, Beuchot entiende además un método, un modo de pensamiento y hasta casi una manera de racionalidad en la que se trata de salvaguardar las diferencias en el margen de cierta unidad» (Reding Blase, 2006: 34).

Y basa su afirmación en que la Analogía es lógica, relacional, ordenada, vinculada a la distinción y dialógica:

«Nos explica Beuchot que es método porque es un instrumento lógico, que ayuda a pensar ordenadamente las cosas en una jerarquía o gradación o, por lo menos, según la relación de proporción que guardan entre sí. La analogía es relacional y ordenada, porque busca estructurar las cosas por semejanzas y diferencias, así como por sus grados, y ayuda a distinguir para poder unir sin forzar las cosas. Por esto, podemos decir que la analogía está vinculada con la distinción, y ésta se logra en la discusión, por lo que la analogía será también dialógica» (Reding Blase, 2006: 34-35).



Para Beuchot, la Analogía es un Método para analizar el Gran Texto que es El Mundo, evitando tanto el objetivismo puro de las homologías científicas como el subjetivismo absoluto acientífico de las Metáforas:

«El interés de la hermenéutica analógica, según Beuchot, es el acercamiento y el distanciamiento respecto de ese gran texto que es el Mundo, lo que permite por un lado evitar pretender un objetivismo puro y, por el otro, caer en un subjetivismo absoluto. Esto es, no se trata de caer en homologías científicas, como tampoco en la acientificidad de la metáfora» (Reding Blase, 2006: 35).

5.3. ¿Para qué sirve el Método Hermenéutico Analógico?

El Método Hermenéutico Analógico es un valioso instrumento para la interpretación de las culturas debido a su capacidad para captar simultáneamente lo semejante y lo distinto:

«La interpretación de otras culturas podría hacerse mediante el uso de la analogía (...). Adiestrarse en su uso, significa poder tender puentes utilizando la analogía como una herramienta que permite captar lo semejante sin menoscabo de las particularidades» (Reding Blase, 2006: 34).

Y por esa simultaneidad demuestra que las diferencias que nos separan no pueden opacar las similitudes que nos acercan al Otro:

«La analogía permite transitar por las culturas y considerarlas básicamente distintas aunque, en cierto modo, iguales. Es decir, por la analogía se descubren similitudes e igualdades, pero se pone el acento en revelar diferencias y desigualdades... Como puede apreciarse, el uso de la analogía tiene, entre otras ventajas., la posibilidad de interpretar con menos autoritarismo a las diversas culturas, así como la creación de espacios interculturales sobre la base de una concepción más democrática del espacio público» (Reding Blase, 2006: 35).

Colocándonos el Método de la Hermenéutica Analógica en una actitud favorable a la comunicación intercultural:

«En este texto se explica el modo en que la hermenéutica analógica favorece el diálogo intercultural, puesto que permite dar cuenta de otras sociedades sin anular la revelación de su alteridad» (Reding Blase, 2006: 29).

Que liberaría a la comunicación intercultural tanto del viejo lastre del eurocentrismo como de la nueva rémora de un relativismo permisivo de todo:

«Así, lo que se propone desde la hermenéutica analógica ofrece grandes ventajas para el diálogo intercultural: implica la deconstrucción de la narrativa eurocéntrica y hace explícito que si bien hay repertorios identitarios compatibles, también los hay que son incompatibles» (Reding Blase, 2006: 34).

5.4. Y de esta manera llegamos a la Ética Transcultural

La Comunicación Intercultural conjuntamente con la Hermenéutica Analógica nos permite aprobar y/o desaprobar elementos de la cultura del Otro:

«Por otro lado, y es aquí en donde se puede apreciar la utilidad de una hermenéutica analógica, no es posible traducir o entender todo de manera unívoca, pero tampoco podemos tolerarlo todo. En este sentido, a Camps le parece que el miedo a discrepar nos instala en el formalismo menos comprometido porque, al parecer, no hay criterios firmes para descalificar nada» (Reding Blase, 2006: 33).

Y si además definimos la búsqueda de la Justicia como lo principal: entonces se va más allá de la perplejidad, hacia lo que puede ser causa de indignación y compromiso:

«Por el uso de la analogía, cuando se ha definido la justicia como lo principal, es posible ir más allá de la perplejidad y concentrarse también en lo que debe ser causa de indignación y, por tanto, de compromiso» (Reding Blase, 2006: 36).

Por lo que la Hermenéutica Analógica al ser interpretativa, tiene una intención Moral y revela la Alteridad, el campo de lo otro posible, por encima de la historicidad ante la cual se siente enfrentada y distanciada:

«Sin duda, una hermenéutica analógica que permita dar cuenta de otras sociedades, deberá ser interpretativa y tener una intención moral: evitar la anulación de la revelación de la alteridad» (Reding Blase, 2006: 35).

En esa dirección la Hermenéutica Analógica puede compartir caminos con una Antropología Crítica, que en el análisis intercultural, mantenga el común interés por la Libertad Humana y por ende, tienda a la asunción de una postura Ética:

«En ese sentido, como sostiene Ulin “la hermenéutica filosófica y la antropología crítica tienen en común el interés por la libertad, si consideramos que su materia –la apropiación de la diversidad cultural e histórica–, implica la

intención práctica de establecer visiones alternativas de lo que significa el ser humano, y así abrir la posibilidad de una amplia gama de futuros". Si existe la posibilidad de dar cuenta de los otros y de la desigualdad en virtud de la analogía, es entonces imperativo pasar al campo de la ética» (Reding Blase, 2006: 35-36).

Pudiendo de esa manera construir la necesaria Ética transcultural, tan necesitada en el mundo actual:

«Al respecto dice García Canclini que: "Precisamos desarrollar políticas ciudadanas que se basen en una ética transcultural, sostenida por un saber que combine el reconocimiento de diferentes estilos sociales con reglas racionales de convivencia multiétnica y supranacional"» (Reding Blase, 2006: 35).

EN CONCLUSIÓN

Partimos de la condición universal de multiculturalidad presente en la sociedad-mundo y del problema urgente –para las ciencias sociales y las humanidades– de estudiar e investigar para proponer un modelo acerca de cómo deberían ser las relaciones interculturales. Iniciamos nuestra reflexión partiendo de la experiencia de interculturalidad realizada en Venezuela por los antropólogos en la década de los '60 del siglo XX. A los elementos teóricos decantados de la misma, les sumamos los del Diálogo y efectuamos una proposición sobre el Diálogo Intercultural, la manera cómo debe darse a través de la metodología de la Hermenéutica Analógica y terminamos señalando algunos caminos incipientes hacia el logro de una Ética Transcultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CIRESE, Alberto M.

(1983) «Cultura popular, cultura obrera y lo "elementalmente humano"». *Revista Comunicación y Cultura* (México) 10:31-58, agosto.

DURAND, Gilbert

(1995) «El hombre religioso y sus símbolos» en: J. Reis (Coordinador). *Tratado de Antropología de lo Sagrado. 1) Los orígenes del homo religiosus*. Madrid, Editorial

Trotta, Colección Paradigmas, Biblioteca de Ciencias de las Religiones, nº 6, 1995 (pp. 75-125).

FERRATER MORA, José

(1994) «Diálogo» en: *Diccionario de Filosofía, A-D*, Barcelona, Editorial Ariel, S.A., Ariel Referencia.

GARCÍA-GUAL, Carlos

1992) «1. La Visión de los Otros en la Antigüedad Clásica» en: Miguel León-Portilla, Manuel Gutiérrez Estévez, Gary H. Gossen y Jorge Klor de Alva (Editores). *De Palabra y Obra en el Nuevo Mundo. 1) Imágenes Interétnicas*. España, Extremadura Enclave 92, Junta de Extremadura, Siglo XXI de España-México Editores, 535 p. (pp. 7-34)

GONZÁLEZ ÑAÑEZ, Omar

(1970) «La Antropología Aplicada y el desarrollo regional en Venezuela». *Economía y Ciencias Sociales*, FACES de la UCV (Venezuela) 12 (3): 91-103, julio septiembre.

GONZÁLEZ ORDOSGOITTI, Enrique Alí

(2004) *Gilbert Durand y el regreso del símbolo*. *Anthropos*, IUSPO (Instituto Universitario Salesiano Padre Ojeda) (Venezuela, Los Teques) (25) 48-49: 53-78, enero-diciembre (1-2).

GUITIÁN, Carmen Dina

(1999) *Biografía y Sociedad. Una lectura desde la Sociología del Habitar*. Caracas, UCV, FACES, Tesis Doctoral, Tutor: Dr. Víctor Córdoba, 350 p.

LEÓN-PORTILLA, Miguel

(1992) «2. Imágenes de los Otros en Mesoamérica antes del Encuentro» en: Miguel León-Portilla, Manuel Gutiérrez Estévez, Gary H. Gossen y Jorge Klor de Alva (Editores). *De Palabra y Obra en el Nuevo Mundo. 1. Imágenes Interétnicas*. España, Extremadura Enclave 92, Junta de Extremadura, Siglo XXI de España-México Editores, 535 p. (pp. 35-56)

LUCIANI RIVERO, Rafael

(1997) *La Palabra Olvidada. De la significación a la simbolización*, Caracas, Instituto Universitario Salesiano Padre Ojeda (IUSPO).

MAFFESOLI, Michel

El Conocimiento Ordinario. Compendio de Sociología. México. FCE. 1ra edición en francés 1985, 1ra edición en español 1993, 216 p.

MANNUCI, Valerio

(1997) *La Biblia como palabra de Dios. Introducción general a la Sagrada Escritura*. Bilbao. Desclée De Brouwer. Octava edición, 350 p.

MARZAL, Manuel M.

(1993) *Historia de la Antropología indigenista: México y Perú*. España/México. Editorial Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana, «Autores, Textos y Temas Antropología», nº 29, 512 p.

MOSONYI, Esteban Emilio

(1970) «El concepto de interculturación. Superación de un arraigado dogmatismo dentro de la Antropología Aplicada». *Economía y Ciencias Sociales*, FACES de la UCV (Venezuela) 12 (3): 78-81, julio septiembre.

MOSONYI, Esteban Emilio y GONZÁLEZ ÑAÑEZ, Omar E.

(1970) «El alemán de la Colonia Tovar, Edo. Aragua, Venezuela». *Economía y Ciencias Sociales*, FACES de la UCV (Venezuela) 12 (3): 44-59, julio septiembre.

MOSONYI, Esteban Emilio y LÓPEZ SANZ, Rafael

(1970) «Hacia un nuevo enfoque antropológico de las sociedades minoritarias». *Economía y Ciencias Sociales*, FACES de la UCV (Venezuela) 12 (3): 60-73, julio septiembre.

REDING BLASE, Sofía

(2006) «Hermenéutica analógica y Diálogo Intercultural». *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*. Universidad Santo Tomás, Bogotá (Colombia) 27 (94): 29-36, enero-junio.

SOROKIN, Pitirim A.

(1959) *Social and Cultural Mobility*. London, Free Press Paperback, Primera Edición 1927, 645 p.

Normas para la presentación de originales al Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación

Norms for the presentation of original to Anuario ININCO

Los ensayos, estudios e informes de investigación a ser considerados para su publicación por el Consejo Editorial y el Comité Científico Internacional del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación deberán cumplir con las siguientes convenciones:

1. Los ensayos, estudios e informes de investigación a publicar deberán ser inéditos. El Consejo Editorial y el Comité Científico Internacional se reservan la decisión de publicar textos ya editados en otras ocasiones, en versión impreso o electrónica, dependiendo de la relevancia temática.
2. Los textos deberán ser presentados en original, escrito a doble espacio, en papel tamaño carta y con una extensión comprendida entre quince (15) y veinte (20) cuartillas de 25 líneas (de 30.000 a 42.000 caracteres con espacios); además, estarán acompañados de una copia digital, en formato word o rtf. En el caso que aparezcan gráficos o figuras en los textos, deberán ir éstos en otra copia digital siendo señalados su ubicación en el texto original.
3. Las referencias bibliográficas deben indicarse dentro del texto de acuerdo con el sistema autor-fecha. Por ejemplo: (Pasquali, 1990); (Agudo Freitas y Gómez, 1980). Para las citas textuales, se señalará el número de página o la referencia a varias páginas, a continuación de la fecha, según los siguientes ejemplos: (Capriles, 1985: 98); (Chacón, 1988: 36-44). En caso de nombrarse el autor en el texto, bastará la mención de la fecha y, si es el caso, de las páginas: «En palabras de Klapper (1974: 10),...»

Los datos completos de las referencias deben ser colocados al final del texto, en orden alfabético por autor y cronológico en relación con un mismo autor:

ÁLVAREZ, Federico

1990 «Treinta años de periodismo en democracia», en *Anuario ININCO* nº 3: 31-51. Caracas, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.

PASQUALI, Antonio

1967 *El aparato singular: Análisis de un día de TV en Caracas*. Caracas: Instituto de Investigación, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela.

1990 *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores.

SAFAR, Elizabeth

1995 «El nuevo escenario de las comunicaciones», en VV.AA. *Las telecomunicaciones en Venezuela*. Caracas: Alfa.

Si hubiese que citar otros libros u otros artículos del mismo autor publicados a lo largo de un mismo año se añadirán, al número de la fecha, las letras minúsculas a, b, c, etc.

4. Las referencias bibliográficas extraídas de Internet deben igualmente indicarse dentro del texto de acuerdo con el sistema autor-fecha. De igual forma, los datos completos de las referencias deben ser colocados al final del texto, en orden alfabético por autor y cronológico en relación con un mismo autor. Por ejemplo:

LOPEZ, J. R.

2002 «Tecnologías de comunicación e identidad: Interfaz, metáfora y virtualidad», en *Razón y Palabra* [Revista Electrónica], Vol. 2, Nº 7. Disponible en <http://www.razonyplabra.org.mx> [consultado, 2003, 3 de junio].

5. Cada autor deberá anexar en hoja aparte un resumen de su trabajo científico, en los idiomas Español, Inglés, Francés y Portugués, de un máximo de 100 palabras (aproximadamente, 10 líneas o 650 caracteres con espacios), por cada resumen. Del mismo modo, una ficha profesional o minicurrículum actualizado (aproximadamente, 5 líneas o 325 caracteres con espacios), acompañado de una foto digitalizada.
6. Una vez estimada la pertinencia de los trabajos propuestos, el Consejo Editorial constatará el cumplimiento formal de las presentes Normas y procederá a someterlos, dentro de la modalidad, *dobles ciegos* al arbitraje de especialistas y / o pares investigadores. En cada caso, el Consejo Editorial estimará la conveniencia o no de someter un trabajo a más de un arbitraje. Las observaciones del árbitro serán dadas a conocer a cada autor, a fin de que las tome debidamente en consideración y, de ser necesario, realice las modificaciones sugeridas.
7. Los colaboradores se comprometen a respetar los lapsos establecidos por el Consejo Editorial en lo referente a entrega de los originales y a la pronta devolución de los textos, cuando éstos hubieren sufrido modificaciones.

Normas de Arbitraje

Arbitration Rules

EVALUACIÓN DEL ÁRBITRO

A. Recomendaciones

Así como con el establecimiento del arbitraje ha querido ofrecer nuevas garantías de calidad y compromiso intelectual, el Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación se orienta también a una mayor apertura hacia la información y la discusión, que prevé en los textos una cierta variedad de géneros, tales como: síntesis de proyectos de investigación; avances de resultados de investigación; ensayos y artículos que planteen y/o desarrollen situaciones panorámicas o puntos de discusión teóricos o metodológicos; presentación de documentos; ponencias en eventos; resúmenes y actualizaciones de tipo bibliográfico, de programas docentes, de líneas de investigación y de materiales de apoyo docente.

De este modo, el Consejo Editorial considera que, de acuerdo con el tipo de trabajo, las exigencias cualitativas podrán ser diversas, especialmente por lo que se refiere a exhaustividad, procedimientos metodológicos y estilo. Esta previsión no invalida el mantenimiento de los criterios académicos fundamentales de la evaluación –coherencia, relevancia, precisión, con sistencia teórico-metodológica–, en los que se basa también el esquema incluido en la planilla adjunta.

B. Planilla

Título del trabajo: _____

1. Evaluación:

- 1.1. COHERENCIA. (El trabajo debe inscribirse explícita o implícitamente en un conjunto referencial que permita comprobar su sentido unitario, la pertinencia de sus elementos y la convergencia de los temas implicados.)

1.2. RELEVANCIA. (El trabajo debe ubicarse claramente en el contexto de una materia y una temática que permitan evaluar la importancia de los planteamientos o de las informaciones, o contener una explicación justificativa suficiente.)

1.3. PRECISION. (El texto debe presentar una terminología unívoca o cuya ambigüedad quede justificada específicamente. Esta precisión debe corresponder a un marco teórico conocido o claramente presentado en el trabajo, a una lógica explícita y a un uso correcto de la lengua).

1.4. CONSISTENCIA TEÓRICO-METODOLÓGICA. (Los planteamientos contenidos en el trabajo deben partir de presupuestos paradigmáticos claramente presentes, y más aún cuando consistan en nuevos desarrollos o en su discusión crítica, en cuyo caso debe estar igualmente presente la referencia clara al paradigma diferente o nuevo que motiva la crítica. Igualmente, la metodología empleada o propuesta debe mantener coherencia con esos presupuestos.)

2. Decisión:

a. publicable

b. publicable con correcciones menores, indicadas en el texto por el árbitro

c. publicable con modificaciones indispensables, sugeridas por el árbitro

d. no publicable

3. Justificación de la decisión:

Nombre del Árbitro: _____

C.I.: _____

_____ Firma:

Fecha: _____

PUBLICACIONES CDCH - UCV 2010



Cabrera, Arturo
LA ENERGÍA EN EL ÁMBITO DE LA BIOLOGÍA
(Coedición con el Vicerrectorado Académico)

Canelón, Fidel
POLÍTICA DE LA ALTERIDAD

García Guevara, Baile y Antonio Salgado-Sabel
DEL PARADIGMA DE LOS CROQUIS
A LA GEORREFERENCIA AUTOMATIZADA.
Historia y su aplicabilidad en la gestión de programas
comunitarios e investigaciones en salud

González, Yomar y Miguel Cerrolaza
SIMULACIÓN COMPUTACIONAL DEL TEJIDO ÓSEO

Iribarren, Mariana
DE CATEDRAL A SAN JACINTO.
Una sede para el mercado principal en la Caracas del siglo XIX
(Coedición con la Facultad de Arquitectura y Urbanismo)

Landa D., Isazkun
LOS EJIDOS DE LA CIUDAD DE CARACAS ENTRE 1594-1846
(Coedición con la Facultad de Arquitectura y Urbanismo)

Layrisse de Niculescu, Irene y María Antonia Moreno
LA DESCENTRALIZACIÓN FISCAL EN VENEZUELA.
Un ciclo de corta duración. ¿fallas de diseño?

Leal Pinto, Freddy, Geo Coppens D' Eeckenbrugge,
Luis Avilán Rovira y Ernesto Medina
LA PINA DE AMÉRICA O ANANÁS

Martínez González, Ana Beatriz
y Naysia María Hernández Carvajal (Compiladoras)
COMUNICACIÓN Y APRENDIZAJE EN EL CIBERESPACIO.
Las comunidades virtuales

Rodríguez Parisca, Oscar Simón
CONSERVACIÓN DE SUELOS Y AGUA.
Una premisa del desarrollo sustentable

Swanston, Gilberto
TOPOGRAFÍA, MENSAJE GRÁFICO GEOESPACIAL
(1ª reimpresión)

Texera Arnal, Yolanda
ESTRATEGIA DEL ESTADO PARA LA REFORMA DE
LA UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA, 1936-1948



Nuestras publicaciones pueden ser adquiridas en el Departamento de Relaciones y Publicaciones
del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico, ubicado en la Av. Principal de La Floresta, Quinta Silenia, La Floresta, Caracas.

Teléfonos: 286.8648 (Directo) 284.7077 – 286.7666 • Fax: Ext. 244 • E-mail: publicac@movistar.net.ve

Igualmente, están a la venta en la librería de la Biblioteca Central, PB. Ciudad Universitaria, UCV y en el portal www.lalibreriadelaucv.com
Toda la información inherente al Programa de Publicaciones puede ser consultada en www.cdch-ucv.org.ve

ANUARIO ININCO • N° 1 • Vol. 23 • Junio 2011

Impreso en Venezuela

durante el mes de febrero del año dos mil doce

en los talleres litográficos de

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA E HIJO, s.r.l.

Sur 15 • N° 107 • El Conde • Caracas

Telefax: (0212) 576.13.62

E-mail: magimpresores@yahoo.com